¿Desaparece la radio de AM en América latina y el Caribe?



13 investigadores y docentes de radio del mismo número de países se han puesto en la tarea de preguntarse sobre la realidad de las radios de AM en la región y a partir de un cuestionario de preguntas el presente estudio indaga sobre distintas visiones en relación con la salud de la amplitud modulada en países de las américas.

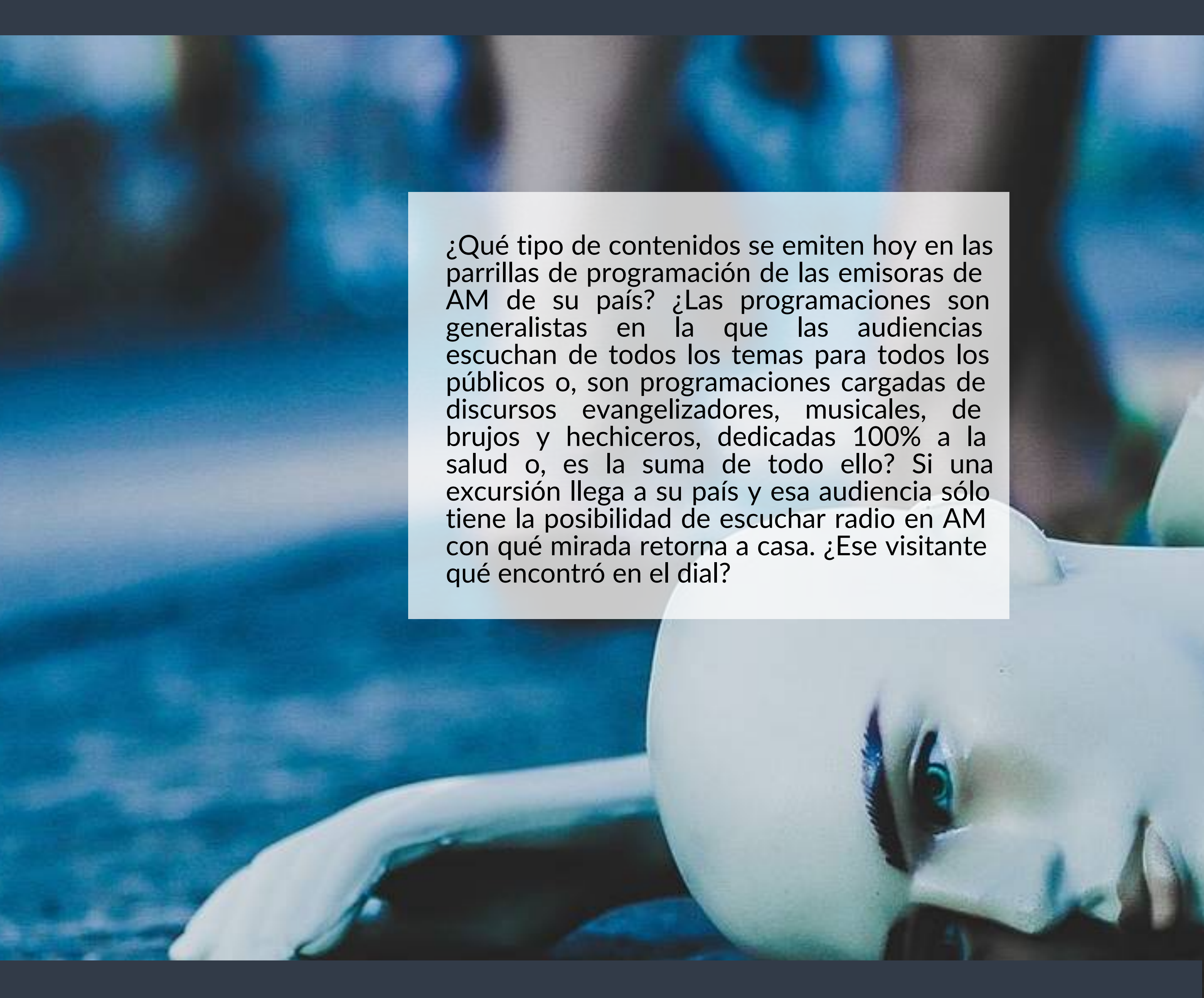
Los autores de este estudio son: en México, Claudia Segura. El Salvador, Guillermo Ramos. Guatemala, José Torres. Costa Rica, Gustavo Piedra Guzmán, Otto Chinchilla. Panamá, Arsenio Samaniego. Colombia, Andrés Barrios. Ecuador, Juan Manuel Aguiló. Venezuela, Edith Fuentes, Carlos Ramírez. Uruguay, Carlos Castillos. Paraguay, Haydée Galeano. Argentina, Jorge Arabito. Brasil, Juliana Gobbi Betti. Cuba, Fabio Bosch. La coordinación del proyecto es de Tito Ballesteros López.

Cuadernos de radio #11

TITOBALLESTEROS@GMAIL.COM
WWW.TITOBALLESTEROS.BLOGSPOT.COM
TitoBallesterosLópez

Marzo 22 de 2014

¿Desaparece la radio de AM en América latina y el Caribe?



¿Qué tipo de contenidos se emiten hoy en las parrillas de programación de las emisoras de AM de su país? ¿Las programaciones son generalistas en la que las audiencias escuchan de todos los temas para todos los públicos o, son programaciones cargadas de discursos evangelizadores, musicales, de brujos y hechiceros, dedicadas 100% a la salud o, es la suma de todo ello? Si una excursión llega a su país y esa audiencia sólo tiene la posibilidad de escuchar radio en AM con qué mirada retorna a casa. ¿Ese visitante qué encontró en el dial?

TitoBallesterosLópez

¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

Las radios de Amplitud Modulada en México son muy socorridas y están particularmente desarrolladas en las ciudades y pueblos menos urbanizados.

Diría que de las 1.500 emisoras de radio que aproximadamente forman el cuadrante nacional, por lo menos el cincuenta por ciento están en AM y esto se debe a que la situación geográfica de México está particularmente poblada de sierras, valles y ríos. Así, si bien las tres ciudades más grandes del país: el Distrito Federal o Ciudad de México, Guadalajara, capital de Jalisco y Monterrey, capital de Nuevo León, están muy urbanizadas y predominan las emisoras en frecuencia modulada, el resto de las entidades o estados apenas cuentan con tres o cinco emisoras de FM, por cuando menos, diez de amplitud modulada.

Otra característica de México es que las aemes se comportan como emisoras comunitarias; es decir, su uso si bien es de contenido musical y hablado o generalista, se utilizan, sobre todo en las zonas rurales, como medios de información locales para servicios a la comunidad, desde venta de animales, servicios locales de tiendas o rancherías y sobretodo de promoción política y de gobierno.

En México, por legislación nacional las emisoras de radio y televisión deben manejar contenidos laicos, es decir, si hay programas de corte evangélico o de charlatanería o de lo que llamamos productos milagro, pero sólo sucede en pocas horas y muy restringidas por la Secretaría de Gobernación.

Es básico que aporte aquí la novel legislación en materia de medios de comunicación que apenas ha entrado en vigencia en enero pasado, pues si bien ya se ha generalizado llamar a todas las emisoras como concesionarias (con derecho a la comercialización de sus espacios publicitarios), aun así hay subdivisiones para referirse a las emisoras concesionarias de servicio público, comunitarias, escuelas de comunicación y las educativas.

México



¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

En nuestro país las emisoras son en un 80% de los casos de tipo comercial, es decir, se otorga servicio de explotación a empresas e individuos privados para que se explote como empresas de información o entretenimiento, pero siempre, bajo la constancia de fomentar los valores nacionales y de respetar las leyes de derecho a la información.

En la Ciudad de México por ejemplo, hay 35 emisoras de amplitud modulada por 25 de frecuencia modulada, pero no es la entidad con mayor número de emisoras radiofónicas en el país. Veracruz cuenta con un total de 88 emisoras en la entidad, lo que se debe a que geográficamente Veracruz es un estado larguísimo en extensión territorial, mientras el Valle de México es muy, muy pequeñito en extensión territorial.

Los contenidos de las emisoras de amplitud modulada en México son 90% habladas, o generalistas. Pero sus contenidos suelen ser de origen citadino. Aquí aclaro que la mayoría de las emisoras de AM extraen contenidos desde la Ciudad de México y desde Guadalajara, Jalisco.

En el sureste mexicano donde el desarrollo económico no es tan industrializado como en el norte y centro del país, vemos a las aemes como frecuencias musicales, avocadas incluso, a la juventud y a los contenidos musicales, cosa que no pasa en el centro, ni en el norte del país, pues allí las emisoras de AM son claramente propuestas de audiencia mayor a los cuarenta años y si con contenidos musicales, pero con música de catálogo o regional.

Es de suma importancia aclarar que sí que hay predominancia en emisiones evangélicas, mucho de las iglesias cristianas, pese a que la población es predominantemente católica; pero, el modelo que siguen los pastores de estas iglesias bautistas, presbiterianas o pentecostés es “comprar” horas de emisión al concesionario, a manera de sub-renta y se transmiten, como ya lo dije antes, como barras que nunca pueden rebasar más que un total de ocho horas diarias por frecuencia.

¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

La experiencia negativa respecto a los contenidos milagrosos, de productos o servicios de "sanación", curación o temáticas holísticas o de contenidos alternativos, está particu larmente cuidado, pues se han presentado casos graves de discriminación, alteración de orden público y segmentación de públicos que llevaron a que en la primera década de los años dos mil, se sobre regularan estas programaciones.

La amplitud modulada es tan socorrida y usada que el expresidente Felipe Calderón dispuso desde septiembre de 2008 se hiciera el traslado de las frecuencias de AM a espacios de la FM, con miras a lograr la transmisión digital para 2015, pero el uso de la gente de las radio de AM ha imposibilitado incluso, que se hiciera el "apagón tecnológico" aún para las televisoras del norte del país, cosa que debió suceder en 2012.

Si bien es cierto que la programación de la AM es vetusta para las audiencias menores a treinta años de edad, es bien sabido que el uso de la AM no logrará ser cambiado en 2015 como se suponía pasaría en el traslado en cinco regiones del país. Así, aunque los concesionarios han buscado la modernización de sus equipos, lo cierto es que el común de la gente, el radioescucha de a píe, ese no cambia el uso de la radio de transistores, al menos en la provincia mexicana.

En las ciudades con que las aemes no tienen más que algunas horas de contenidos locales y con que, tal y como pasa en la Hora Nacional, los formatos y contenidos vienen desde la Ciudad de México; así los noticiarios son de corte nacional, e irónicamente incluyen reportes viales de la ciudad, aún en las zonas no urbanizadas, o con que hay emisoras juveniles y musicales de la FM como La Kebuena (de música grupera, bachata, salsa o EXA de música pop en español actual), son retransmitidas en cientos de municipios a través de la AM.

¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

El Salvador
Si una excursión llega a su país y sólo tiene la posibilidad de escuchar radio en AM con qué mirada retorna a casa. ¿Ese visitante qué encontró en el dial? Un 80% del dial está dedicado a la evangelización, a través de radioemisoras religiosas, católicas y evangélicas. El restante 20% se reparte entre un par de universidades (como la Universidad de El Salvador y Universidad Tecnológica), una radio participativa (Radio Cadena Mi Gente) y emisoras comerciales que tienen transmisión en FM pero conservan su frecuencia original en AM.

Guatemala
Educativas, culturales, universitarias y 95% musicales. En mi país existe una generalidad de radioemisoras, regularmente violando la legislación guatemalteca: (Ley de Radiodifusión Nacional). Es decir, si una excursión llega a tu país y sólo tiene la posibilidad de escuchar radio en AM con qué mirada retorna a casa ese visitante encuentra un cuadrante saturado de radios musicales en FM y unas cuantas en AM, religiosas evangélicas, en su mayoría.

Costa Rica
En Costa Rica, la diversidad de programas que ofrece la radio en general es una gran fortaleza. Esta situación se refuerza en el caso de las emisoras AM, las cuales tienen una oferta muy diversa de programas para todo público. Dentro de esa gran diversidad podemos citar: religiosos, musicales, deportivos, de opinión política, de servicios como venta y compra de artículos, opciones de empleo, de salud, programas infantiles, de asesoría legal, educativos y mucho más.

Si algún extranjero visitara Costa Rica e hiciera un recorrido por el dial de la AM se sorprendería de nuestra libertad de expresión, nuestra cultura y sobre todo de la variedad de nuestros contenidos.

El Salvador Guatemala Costa Rica







¿DESAPARECE LA RADIO DE **AM** EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE?

Panamá
La mayoría de las emisoras en la ciudad en AM no son generalistas sino de programas específicos. Algunas se dedican solo a transmitir noticias, música, eventos deportivos, artísticos. También se realiza programación para extranjeros. Igual existen programas de brujos y hechiceros. La cantidad de emisoras panameñas en AM ha disminuido hoy en día, pero en general esa es la tendencia.

Colombia
Dada la diversidad cultural, la misma característica del público en Colombia el AM es bastante diverso. La persona que llega a nuestro país y sintoniza una emisora de AM se va a encontrar con emisiones de radio hablada, radio de entretenimiento y radio musical. Radio hablada vista como aquella que mezcla los contenidos informativos de noticieros, deportes, entretenimiento a través de los magazines.

Radios musicales ya quedan pocas pero aún se encuentran propuestas de vallenatos, música popular y de características muy innatas de cada una de las regiones de nuestro país e indudablemente hay una mezcla de entretenimiento en la propuesta de contenidos que va haciendo cada una de las emisoras acorde a las particularidades de las cadenas y estaciones independientes.

Los contenidos de brujos, hechiceros, seudo - médicos, seudo - consejeros también se encuentran mucho, no en las cadenas AM de las principales emisoras del país, sino más bien en las AM locales, muy de rango restringido que encuentran en esta programación su manera de subsistir.

Panamá Colombia





¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

La programación que predomina en la actualidad entre las radios de Amplitud Modulada en Venezuela es de corte informativo y musical, va desde la noticia más relevante a nivel regional, nacional o internacional; sus opiniones o informaciones mayormente están muy ligadas a las comunidades desde donde se emite la señal.

Es decir, se enfocan en mencionar lo cotidiano de su localidad y amenizan frecuentemente sus programas con éxitos de artistas musicales latinoamericanos, aunque no escapan éxitos anglos de décadas pasadas. También las llamadas "Chatarritas o canciones del ayer" son las más sonadas en las radios AM. La producción nacional ha abierto importantes espacios a la evangelización radial. Si bien es cierto que esto viene ocurriendo muy evidentemente en toda Latinoamérica, Venezuela posee en la actualidad muchas radios AM que dedican parte importante de su producción a mensajes evangelizadores.

La radio en Amplitud Modulada de Venezuela se transmite regularmente para una audiencia que le sigue desde hace años por costumbre y comodidad auditiva; pues se orienta a hablarle siempre de la misma manera y en su jerga cotidiana. Es acostumbrado escuchar a los mismos locutores desde que la radio se inauguró, sus espacios musicales o informativos no varían en producción o contenido. Esta es una radio de costumbre, una radio de tradición, radio de pueblo y de fidelidad por parte de su audiencia más que de comercio o preferencia musical.

Considero que si un grupo de excursionistas visita Venezuela y sólo pueden escuchar radio AM durante su estadía quizás su opinión al respecto sería: es una radio muy aburrida, sólo tocan música vieja y sus locutores hablan de manera muy informal, sin mencionar el tema de evangelización que es tan repetitivo que abruma.

Claro, lo antes interpretado es solo una consideración enfocada únicamente en que los visitantes sean personas modernas, acostumbradas y atraídas por la variedad musical así como por los efectos auditivos y programas radiales más vivaces. Ahora, si son personas provenientes de campos de Latinoamérica, pueblos o localidades alejadas de las grandes capitales, se sentirían como en casa.





¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

En Ecuador, según la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL), existen 182 radios que transmiten en AM a nivel nacional. De este total 164 emisoras están bajo la categoría de comercial privada y 18 como servicio público.

Cabe destacar que bajo la categorización actual no existe ninguna radio en AM que sea comunitaria, según las estadísticas de la SENATEL. Si bien algunas radios dan servicio a una comunidad en específico, no están categorizadas como comunitarias. De las 18 radios en AM inscritas bajo la categoría de servicio público, tres pertenecen a universidades o institutos de nivel superior, 10 a entidades públicas del Estado, gobierno o asociaciones, y cinco pertenecen a organismos religiosos.

Para el análisis de la programación se tomó en cuenta solamente a la provincia de Pichincha por tener la mayor concentración de radios en AM del país, 40 en total. La programación es de corte informativo, deportivo y musical. Las noticias son básicamente de la provincia y sus análisis centrados en la problemática local. Son radios que responden a una persona como eje central de la misma, o sea que la radio está plenamente identificada con una persona en particular, generalmente el dueño de la estación, dando una monotonía exagerada.

La carga de oralidad es grande y la música que se transmite es de artistas nacionales y latinoamericanos. Las canciones del ayer también tienen su espacio en la radio AM que tiene su propia audiencia y es muy sintonizada para el conteo regresivo de año nuevo ya que acoge las tradiciones más representativas del pueblo.

Las programaciones de radios en el Paraguay son de carácter generalistas, debido a que abordan todo tipo de temas, pero con prioridad los políticos. Las programaciones matutinas tienen un público adulto, se entremezclan con músicas, lecturas de noticias nacionales e internacionales, móviles apostados en puntos clave de la ciudad, y donde se generan las noticias del día, como por ejemplo: en el Palacio de Gobierno, el Poder Judicial, el Congreso Nacional, entre otros. Pero, en estos lugares están apostados periodistas en forma fija.



¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

Los temas especializados como judiciales, salud, ecología, se los amplia y enfoca en otras programaciones en profundidad, en otros espacios que generalmente ya no corresponden a la producción del medio, sino del profesional periodista que ha adquirido el espacio, generando sus propias ganancias a través de los auspiciantes. Los programas se desarrollan por lo general una vez en la semana, con entrevistados especializados en cada tema, y con la participación en vivo.

Si un visitante o un grupo de excursionistas vienen al país, y escucha una radio AM, podrán obtener una mirada del tema del momento, pero no en general. No existe el periodismo radial que resuma los temas del momento, por el contrario, van desglosando con entrevistados, comentarios y móviles, y también lo que los diarios del día publican. Tampoco tienen producciones independientes, existe una escasa creatividad en originar temas nuevos y trascendentes. Tampoco existe un seguimiento informativo de los temas. Existen casos policiales, por unos días se enfatiza hasta el cansancio y finalmente van quedando en el olvido. Aunque también independiente a esto, las radios tienen sus primicias y en ese caso los periódicos no mencionan las fuentes de información, sino corresponde al holding o a la misma línea periodística.

Las AM de la capital se ocupan de lo que los conductores denominan temas nacionales, pero en particular, muy poco se enfoca la problemática del interior del país. Dos emisoras nada más son las que hacen un recorrido por las principales cabeceras departamentales. El interior prácticamente no existe en las radios AM de la capital, por ello, en dichos lugares se sintonizan las emisoras comunitarias locales, pues ellas entregan la noticia que necesita ese poblador.

.

Paraguay



¿Desaparece la radio de **AM** en América Latina y el Caribe?

Uruguay
Organizaciones religiosas de las más diversas, especialmente evangelistas, alquilan espacios en horas de la noche en las radios de AM para sus transmisiones religiosas que, en algunos casos, duran toda la madrugada. Esas transmisiones son una buena fuente de recursos para los administradores de esas radios, que son concesionarios, no propietarios de la onda.

En las radios del interior también existe esa tendencia aunque aún se sigue dando mucho espacio a la difusión de la música.

Argentina
Si una excursión llega a nuestro país y sólo tiene la posibilidad de escuchar radio en AM con qué mirada retorna a casa. ¿Ese visitante qué encontró en el dial?

En Argentina existen varias radios AM de alcance nacional, a las que llamamos "nacionales" porque difunden una programación orientada a sectores medios pero históricamente basada en la información de la capital del país, a un territorio que se extiende miles de kilómetros, con lo que su mensaje encuentra competencia entre quienes esperan contenidos de preferencia local.

En los noventa y durante el gobierno de Carlos Menem, las radios fueron piezas clave de los grupos mediáticos en su estrategia de integración horizontal en conglomerados, complementando a otros medios. La radio entonces copió y consolidó un esquema centralizado similar al de la televisión abierta, en el que las radios porteñas transmiten en cadena hacia el interior del país, absorbiendo y sumando con ello niveles muy significativos de audiencia. No obstante ello, la reducida escala económica requerida para brindar servicios de radiodifusión sonora, que diferencia profundamente la radio de la televisión ha permitido el surgimiento de una gran cantidad de emisoras en todo el país, convirtiendo a la radio en el medio más federal de todos. Parte de esta distribución centralizada de contenidos está siendo acotada por la ley de SCA en implementación, encontrándose actualmente en tribunales el estado de esa adecuación.

Uruguay Argentina



¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

La radio nacional, la Radio Pública, mantiene todavía una cadena de radios AM/FM en el país (muy extenso) en la que se producen contenidos locales y se retransmiten determinados programas o panoramas informativos nacionales, pero es la única que funciona realmente en modo de red: la cabecera informa acerca de sucesos de las provincias –producida por una u otra filial- en la capital, en tanto esa transmisión llega además a todas sus participantes integrando de ese modo a la nación. Espacialmente, en el interior en algunas ciudades de mediana importancia o cabeceras de provincia suele sobrevivir una radio AM rodeada por decenas de FM. Pero el rol de radio “establecida” de la localidad siempre queda para la AM.

Las encuestadoras, entre las que IBOPE es la más difundida, confirman una costumbre conocida: el horario estelar de la AM es la mañana temprano, la primera, la segunda mañana noticiosa.

Después de las 13:00 baja a la mitad para reavivarse cerca de las 18:00, en lo que se llama “la vuelta” en autos y reproductores portátiles para decrecer a las 21 horas y recuperar algo de audiencia relativa en la medianoche.

Escuchar radio es la tercera actividad realizada durante el tiempo libre, luego de ver televisión y escuchar música, con un 88% de menciones totales, según el estudio anual de consumos culturales que realiza el estado. En su momento de mayor audiencia los géneros informativos son los más escuchados, en tanto para la mitad de la audiencia es el segundo medio que utilizan para informarse después de la televisión, y en especial los programas deportivos, destacándose los relatos de fútbol.

El formato descollante es el "magazine", en tanto contenedor de géneros diversos: editoriales, información, columnas, comentarios, entrevistas en piso y telefónicas, crónicas, etc. Pero en un sentido relativo, otros estudios le dan a la FM más escucha que a la AM, quedando en la Capital dos tercios de la escucha para la FM y un tercio para la AM, por lo que quedan solo tres AM entre las radios líderes y esto sucede porque estas investigaciones se centran en el público joven, y tecnológicamente sucede, que celulares, Smartphone, mp3, iPod usados por este sector etario no sintonizan AM.

¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

Los jóvenes escuchan solamente FM, en nuestro caso, musicales y de la ciudad. Como dice alguna frase, “La AM nos espera a los 40”. Antes con tango, ahora con noticias, movileros y fútbol. En un circuito realimentado, en gran medida en la AM es donde se establece el debate político y se difunden las noticias “nacionales” en sus informativos horarios y (cada vez más escasos) panoramas. Aunque todavía noticias “nacionales” sean sinónimo de “capitalinas” o de política de la CABA, en los que destacan los móviles en la calle.

Una curiosidad que inserta la radio en la televisión son aquellos canales de cable que completan espacio en su grilla transmitiendo la imagen del estudio de radio mientras se realizan los programas.

En Argentina está extendida la figura del “conductor estrella” que organiza en torno a su figura el espacio radiofónico, al punto que cada fin de año es noticia sus pases entre radios. A comienzos de 2015 fue muy esperada por sus seguidores la renovación del contrato del conductor Víctor Hugo Morales en radio Continental, perteneciente al Grupo Prisa. En esta radio es la única que se verifica un verdadero contraste de voces, efectuado entre este locutor y relator de origen deportivo que no es crítico del gobierno frente a todos los demás conductores que ejercen un ataque acérrimo y permanente al mismo.

Una escucha atenta de esta radio permite encontrar los mismos testimonios de políticos, funcionarios y otros actores sociales usados en uno u otro sentido a lo largo del día en los diferentes programas. El caso en las antípodas es el del periodista Jorge Lanata quien alguna vez fundara el progresista diario “Página 12” e inaugurara con él un estilo de periodismo fresco y moderno, pero que ahora, según ha confesado públicamente, antes que hacer periodismo prefiere operar diariamente para el grupo Clarín en su programa televisivo y en su espacio radiofónico, uno de los de mayor audiencia nacional. Utilizando la autoridad que ganara renovando el periodismo argentino, ejerce día a día un duelo de palabras con la realidad, aglutinando a aquella audiencia que le es fiel en homenaje a la imagen que construyera.

¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

Los jóvenes escuchan solamente FM, en nuestro caso, musicales y de la ciudad. Como dice alguna frase, “La AM nos espera a los 40”. Antes con tango, ahora con noticias, movileros y fútbol. En un circuito realimentado, en gran medida en la AM es donde se establece el debate político y se difunden las noticias “nacionales” en sus informativos horarios y (cada vez más escasos) panoramas. Aunque todavía noticias “nacionales” sean sinónimo de “capitalinas” o de política de la CABA, en los que destacan los móviles en la calle.

Una curiosidad que inserta la radio en la televisión son aquellos canales de cable que completan espacio en su grilla transmitiendo la imagen del estudio de radio mientras se realizan los programas.

En Argentina está extendida la figura del “conductor estrella” que organiza en torno a su figura el espacio radiofónico, al punto que cada fin de año es noticia sus pases entre radios. A comienzos de 2015 fue muy esperada por sus seguidores la renovación del contrato del conductor Víctor Hugo Morales en radio Continental, perteneciente al Grupo Prisa. En esta radio es la única que se verifica un verdadero contraste de voces, efectuado entre este locutor y relator de origen deportivo que no es crítico del gobierno frente a todos los demás conductores que ejercen un ataque acérrimo y permanente al mismo.

Una escucha atenta de esta radio permite encontrar los mismos testimonios de políticos, funcionarios y otros actores sociales usados en uno u otro sentido a lo largo del día en los diferentes programas. El caso en las antípodas es el del periodista Jorge Lanata quien alguna vez fundara el progresista diario “Página 12” e inaugurara con él un estilo de periodismo fresco y moderno, pero que ahora, según ha confesado públicamente, antes que hacer periodismo prefiere operar diariamente para el grupo Clarín en su programa televisivo y en su espacio radiofónico, uno de los de mayor audiencia nacional. Utilizando la autoridad que ganara renovando el periodismo argentino, ejerce día a día un duelo de palabras con la realidad, aglutinando a aquella audiencia que le es fiel en homenaje a la imagen que construyera.

¿Desaparece la radio de **AM** en América Latina y el Caribe?

En tanto en la radio pública resuenan las voces que atesoran sólido prestigio -con los oportunos disensos - en los medios privados el estallido monocorde de opinión responde al dictado de un discurso establecido desde la cima de la estructura por un monje negro de los medios llamado Héctor Magnetto, denunciado permanente mente desde todos los espacios democráticos de la comunicación.

En cuanto al espacio de la música en AM, por una obvia cuestión técnica ésta se encuentra relegada de las radios en una primera escucha. Pero hay matices. Decimos que la música queda en un lugar secundario que algunos encuentran el modo de resaltar: Víctor Hugo Morales pasa solamente un tema musical por hora, luego del informativo, resaltando su selección al llamar el espacio sonoro “el temazo”. O sea enmarca esa selección musical y de ese modo la resalta y dignifica. Canciones “importantes”, que representan el momento por su poesía o producción y representatividad musical.

Brasil
Brasil posee un escenario radiofónico bastante característico entre los países de Latinoamérica, actualmente con 9.771 emisoras, contabilizando cerca de un 33% de las radios en la región. 1. De estas, 3.209 transmiten en Frecuencia Modulada- FM, 1.781 en Ondas Medias - OM, 74 en Ondas Tropicales- OT, 66 en Ondas Cortas - OC, aún, se suman al total las 4.641 Emisoras Comunitarias (Ministerio de las Comunicaciones, 2014). No obstante, la especificidad del escenario brasileño está más allá de la magnitud numérica: la radiodifusión sonora pasa por un periodo de transición con la indefinición del padrón digital a ser adoptado y la migración de las emisoras OM para la faja FM.

La migración ocasionará la extinción de las emisoras en Ondas Medias de carácter local, popularmente llamadas AMs. 2. Como previsto en decreto presidencial, no hay más otorgas o renovaciones, debiendo las emisoras existentes solicitar la migración o readecuación de la señal. De este modo, el presente análisis objetiva identificar elementos que permitan comprender el panorama de estas emisoras, obteniendo bases para fundamentar posibles cuestiones sobre el futuro de la radio brasileña.



¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

Para eso, realizamos una revisión bibliográfica, complementada por medio de las investigaciones documental y exploratoria. Buscamos interrelacionar las diferentes perspectivas que permean la radiodifusión, entre las cuales listamos el desarrollo histórico, económico y político, así como cuestiones geográficas y socioculturales.

Un breve histórico

La historia de las emisoras en Amplitud Modulada es, en gran parte, la propia historia de la radio. Las primeras emisoras eran administradas por clubes o sociedades y poseían una programación direccionada a una elite, normalmente con temáticas educativas. Es la permisión para difusión de mensajes publicitarios que estimula la profesionalización, con la publicación del Decreto nº. 21.111, de 1º de marzo de 1932. Desde entonces, "el profesionalismo y la experiencia se juntaron con otros dos importantes factores: la harta entrada de capital extranjero en el país y el crecimiento significativo de aparatos receptores, esparcidos por los cuatro cantos del país" (CASÉ, 2012, p.85), llevando la radio a su apogeo en la década de 1940.

En el periodo conocido como la "era de oro", las emisoras arrebataron grandes audiencias con sus programas de auditorio y ficción (radionovelas, radioteatro y series), revelando grandes artistas, comunicadores y talentos de la música brasileña. La radio influyó la construcción de una identidad cultural con personajes nacionalmente conocidos. Sin embargo, la radio se destacaba por la agilidad, rapidez y potencial para atingir las masas y la transmisión de informaciones ganó importancia en el periodo de la Segunda Guerra. El periodismo radiofónico pasó a valorar las propiedades lingüísticas del medio y el estilo "Repórter Esso" se esparció por las redacciones.

Para comprender la continuidad del desarrollo del perfil de las emisoras en la segunda mitad del siglo XX podemos partir de la propuesta de Luiz Artur Ferraretto (2001), que sintetiza los marcos históricos que influyeron las emisoras en amplitud modulada. Son ellos: el surgimiento y la consolidación de la televisión entre los años 1950 y 1960, el adviento de las emisoras en Frecuencia Modulada en los años 1970 y el avance tecnológico que amplió las formas de transmisión y recepción, especialmente a partir de los años 1980.

¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

Desde su inicio, la televisión reprodujo los formatos radiofónicos, atrayendo su cast de estrellas y, en poco tiempo, también una significativa audiencia. Delante de la difícil concurrencia, las grandes orquestas y performances musicales en vivo fueron substituidas por grabaciones, el entrenamiento fue dando lugar al contenido informativo, deportes y prestaciones de servicios. La radio se adaptó, manteniendo la relevancia social de su programación. Sin embargo, con la pérdida de prestigio del vehículo en la década de 60, provocada en parte por el adviento de la TV - que pasa a disputar parcelas significativas de la publicidad- y también por la caída del padrón de calidad técnica de las AMs, el medio vivió un periodo de estagnación. La situación incomodaba la mayoría de los empresarios acostumbrados a obtener lucros con las estrategias gerenciales intuitivas de antes que garantizaban el éxito de aquellas emisoras. (DEL BIANCO, 1999, p.4)

Un nuevo periodo se inicia con la FM. No obstante, ya había emisoras con frecuencia modulada fue en 1973 que el Ministerio de las Comunicaciones presentó el Plan Básico de Canales en FM, incentivando la utilización de esta frecuencia. De acuerdo con Sonia Virgínia Moreira, el plan atendía dos puntos en particular:"a) el mantenimiento del control sobre el espectro radiofónico por el Estado - uno de los pilares de la política de seguridad nacional, ya que la radio era el medio de comunicación de masas más accesi ble para la población - y b) el incentivo que se ofreció a la industria nacional de aparatos electrónicos. La inversión en la radiodifusión en ese momento, concentrada en banda FM, tuvo notables consecuencias en la industria nacional fabricante de receptores". (MOREIRA, 2007, p.93)

Las emisoras en FM, favorecidas por la calidad superior de audio, reprodujeron el modelo estadounidense basado en el perfil mayoritariamente musical de su programación. La información, la prestación de servicios y las transmisiones deportivas pasaron a caracterizar las radios AM, que también buscaban acercarse del público utilizando un lenguaje popular. Moreira (2007, p.94) explica que eran comunes los "programas de variedades, generalmente presentados por locutores de gran audiencia", una tendencia que permaneció hasta los días de hoy.

¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

En la década de 1980, se aceptó la segmentación de los contenidos y avance tecnológico, lo que posibilitó la formación de las redes vía satélite, ampliando el potencial publicitario de las emisoras AM y FM. En los años siguientes, el periodismo conquistó más espacio en el dial FM, dejando de ser marca de las radios AM. Como ejemplo, podemos citar CBN, red especializada en contenidos informativos, que transmite su programación en ambas frecuencias desde mediados de los años 1990.

Aún en estas décadas, la portabilidad, que hasta entonces venía siendo grande aliada de la radio, trajo el walkman y la programación radiofónica pasó a dividir la audiencia joven - ya más concentrada en las emisoras FM - con los casetes. Fenómeno potencializado con la posterior llegada de los CD's, tocadores de MP3 y pendrives. Los teléfonos móviles y smartphones también impactaron negativamente la radio AM, eso porque los aparatos con radio integrado permiten sintonizar solamente FM. La personalización modificó también el hábito de escucha en los autos. Con las playlists personales, la programación musical se puso aún más rara en las AM, restando pocos programas populares relacionados a la cultura local.

Programas ancorados en la figura de su presentador, trajeron debates sobre política, religión, economía y educación, entre otros temas, a partir de cuestiones cotidianas, se fueron multiplicando en las emisoras de las capitales e interior. El carisma de esos profesionales reafirmó el papel del radio hablado, compañero, conquistando una audiencia fiel y participativa. Los anuncios-testigo garantizaron su lugar, utilizando la figura del comunicador para atestar la calidad del producto o servicio ofrecido.

La penetración en los niveles populares hizo de la radio un eficaz instrumento de influencia, que sirvió (y sigue a servir) a los intereses de grupos políticos y religiosos. La práctica promovió una subutilización de las emisoras, contribuyendo al creciente estrechamiento de su audiencia.

¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

El levantamiento organizado por Nair Prata en el Panorama de la Radio en Brasil permitió un breve análisis del perfil de las principales emisoras AM en las regiones metropolitanas de las capitales brasileñas. La obra incluye la descripción de 204 emisoras, de las cuales cerca de un 50% transmiten algún contenido religioso de gran parte durante toda la programación y el restante normalmente durante el periodo nocturno, con horarios arrendados para instituciones religiosas. Son programas musicales, informativos y de variedades, claramente pautados y limitados por preceptos religiosos. La línea de emisoras es predominantemente evangélica con directrices tanto pentecostales como neo pentecostales. De este modo, los nombres Iglesia Universal del Reino de Dios, Asamblea de Dios, Dios es Amor, Iglesia Mundial del Poder de Dios e Iglesia Adventista son menciones recurrentes. Sin embargo, la diferencia no es grande y hay también una fuerte presencia católica.

La formación de redes AM/FM para transmisión de los principales programas es un modelo estratégico bien sucedido en lo que dice respecto a los números de emisoras afiliadas a las principales emisoras católicas, ampliando el alcance y disminuyendo los costes de producción. Un ejemplo es la Red Católica de Radio, que congrega sub-redes a partir de diferentes emisoras generadoras, entre ellas la Red Milicia Sat que envía contenidos producidos por la Radio Imaculada Conceição 1490 AM a cerca de 90 emisoras de todas las regiones del país, número semejante al de la Red Aparecida (con la generadora Aparecida AM 820). 3.

Aún dentro de la religión católica llama la atención por la grande audiencia el programa de línea carismática del cura Marcelo Rossi transmitido hace más de 12 años por la Radio Globo AM de Sao Paulo y sus afiliadas. "Momento de Fe" está en el aire de lunes a sábado entre 9:00 y 10:00, presentado por el cura con el auxilio del equipo de producción de la emisora. 4. Programas que contemplan otras religiones, especialmente las de matriz africana, aparecen solamente puntualmente.

¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?

De forma general, las emisoras que pertenecen a instituciones religiosas se mantienen por el arrendamiento de los horarios a las iglesias o por donaciones directas de los fieles a través de clubes y asociaciones. Sin embargo, es común ver emisoras con recetas deficitarias, "una vez que los concesionarios no están objetivamente en el mercado o en el negocio de radiodifusión" (MAGNONI, BETTI, 2014, p.158).

1. De acuerdo con el estudio organizado por Tito Ballesteros López (2014, p.46), la región de Latinoamérica y Caribe posee 29.323 emisoras de radio, de estas 5.971 en Amplitud Modulada.
2. Técnicamente el término Amplitud Modulada se refiere a la forma de modulación, de tal modo que esta denominación incluye la radiofrecuencia de las emisoras de Ondas Medias (525 y 1.705 kHz), Ondas Cortas (3 a 30MHz) y Ondas Tropicales (2.300 y 5.060 kHz). (Anatel, 2010, p.6)
3. La Red Aparecida posee 80 afiliadas. Informaciones de la página web de la Red Católica de Radio (http://www.rcr.org.br), investigadas en febrero de 2015. Aún es necesario atentar que algunas emisoras pueden ser afiliadas a más de una red.
4. Para más informaciones sobre el programa, indicamos consultar ABREU, João Baptista de. O pregador midiático: Marcelo Rossi e o discurso radiofónico em Nosso Momento de Fé. IN: Revista Logos 35 - Mediações Sonoras, vol18, no. 02, 2o semestre de 2011. Rio de Janeiro: UERJ.

Cuba

En Cuba, en toda la isla, se escuchan por AM las cadenas nacionales (Radio Rebelde con un perfil informativo-deportivo-musical); Radio Progreso (Perfil dramatizado y musical); Radio Reloj (como su nombre lo indica, noticias y la hora minuto a minuto) Radio Enciclopedia (Música Instrumental) y Radio Musical Nacional (Música Culta). Todas esas emisoras transmiten 24 horas, llegan a todo el país y hoy día tienen frecuencia también en FM y algunas como Radio Rebelde transmiten en tiempo real en la Internet. Por FM ya se suman otras a emisiones web como es el caso de Radio Taino (Turística) y la emisora de la Oficina del Conservador de la ciudad de la Habana.

Cuba



Géneros y formatos

¿Cuáles son los géneros y formatos más comunes que hoy se escuchan en las radios de AM? ¿Estas emisoras que tan orales o musicales son?

TitoBallesterosLópez
Radios de América

Géneros y formatos

Los contenidos programáticos de la AM en México son hablados, las emisoras son en su mayoría de corte informativo y de programación generalizada. Encontramos muchos temas relacionados con espectáculos, pero desde la prensa del corazón (chismes de artistas), hasta deportes, radio femenina o de corte de La Mujer Actual; como programación educativa e histórica.

Aquí he de llamar la atención a que los puntajes de rating favorecen a las emisoras de corte musical para adultos mayores, ejemplo de ello es El Fonógrafo de Grupo Radio Centro que logra una audiencia que duplica al Canal de Las Estrellas de Televisa televisión y a Estadio W que pertenece a Televisa Radio y que incluso, rebasa la audiencia total de TV Azteca en millares de radioescuchas a diario.

Quiero mencionar que la AM del DF aun siendo la más escuchada y numérica en el país padece de grandes dificultades de comercializa ción y de inversión en anunciantes, siendo las cadenas de tiendas de autoservicio su principal fuente de ingresos.

Cierro respecto a los contenidos musicales de las emisoras de AM aclarando que si bien en las habladas predominan estos formatos son en su mayoría programas que conducen estrellas de la televisión nacional, noticieros de alcances internacionales como Carmen Aristegui, Adela Micha, Carlos Loret de Mola o Pepe Cárdenas; y claro en entretenimiento como Maxine Woodside en espectáculos o Enrique Bermúdez en deportes.

La radios de AM del Estado que sí que son varias, trabajan en el resguardo del Instituto Mexicano de la Radio, Radio Educación, y en los sistemas Estatales de Radio y televisión, y aunque la calidad y contenidos son muy altos y bien logrados, no consiguen ser ni bien financiados, ni mucho menos lo suficientemente penetrantes en el grosso de la población.

El Salvador
El perfil religioso, combina prédicas con alabanzas. Para mantener su audiencia, las emisoras combinan en un porcentaje semejante, lo oral con lo musical.

Guatemala
Los géneros y formatos más comunes que hoy se escuchan en las radios de AM son musicales, deportivos, noticias, evangélicos y culturales muy poco. La mayoría musicales privadas en grandes cadenas monopólicas.

Géneros y formatos

Costa Rica
Cuáles son los géneros y formatos más comunes que hoy se escuchan en las radios de AM. ¿Estas emisoras que tan orales o musicales son?

Son más de opinión que musicales. Esto no quiere decir que no existan excelentes programas dedicados a promocionar música tanto nacional como extranjera. Pero la fortaleza de la AM está en sus programas de entrevistas, de opinión sobre diversos temas, deportivos y por supuesto de mensaje religioso.

Panamá
Los géneros más comunes son programas de opinión, revistas radiales, noticieros y programas musicales.

Colombia
Me parece que la AM en nuestro país está muy, muy restringida a un formato noticioso, magazín en el cual viven los géneros periodísticos de entrevista, de vez en cuando reportaje, si el debate, si la mesa redonda, si el diálogo, y a veces el editorial, pero me parece que la propuesta es supremamente básica, responde a la inmediatez del momento, responde a las características del público de hoy y no se ha dedicado a innovar, por los menos a explorar nuevos géneros y nuevos formatos o propuestas para llevarle al público.

En las emisoras musicales estamos hablando básicamente de una función programática dj anunciando música y sacando el disco, dialogando de vez en cuando con el oyente pero también es una propuesta muy básica, nada profundizada.

Venezuela
Los géneros musicales son enfocados en música de épocas pasadas. Sus formatos más comunes están liderados por programas conformados por dos o más locutores que opinan sobre temas variados sin mucha profundidad periodística al respecto.

Son un 60% radios orales. Predominan las presentaciones musicales y los comentarios referidos a sus intérpretes.

Géneros y formatos

Ecuador
Son radios generalmente orales que dan prioridad a espacios deportivos e informativos locales. Con honrosas excepciones, la gran mayoría no ha evolucionado en cuanto a géneros o formatos y siguen con un estilo radiofónico de los años 50. Locuciones muy impostadas, poco o nada de renovación musical, artística y estética. Espacios muy eclécticos en cuanto a contenidos, podemos encontrar desde la religiosidad más formal hasta la onda más new age. La música nacional, por suerte, si ha encontrado un buen espacio en estas radios dando una remembranza a los oyentes de la tercera edad y los amantes de esta música en general.

Paraguay
Los géneros y formatos más comunes son las entrevistas y notas, propias de las radios AM y son netamente orales, las musicales se les cede a las FM.

Uruguay
Uruguay es el país de la "radio hablada", particularmente en AM, aunque FM, que apareció siendo esencialmente musical se ha ido transformando también y abundan los programas de debate, reflexiones, entretenimientos y deportivos, en perjuicio de la difusión de música.

Brasil
Las emisoras clasificadas populares poseen una programación generalista, con programas informa tivos de variedades, coberturas y transmisiones de las jornadas deportivas, prestaciones de servicios y espacios musicales.

Las jornadas deportivas acompañaron la programación AM en las capitales y en interior, sin embargo, el deporte de destaque es el fútbol. La forma de narrar de los locutores caracterizó las transmisiones radiofónicas produciendo un estilo inconfundible desde el pionero Nicolau Tuma, que transmitió por primera vez un partido en la íntegra, por la radio Educadora Paulista en 1931. El hábito de ver partidos en la televisión o en los estadios acompañando la transmisión radiofónica fue pasado entre las generaciones y perdura, tal como la influencia de las transmisiones en la popularización de los equipos, incluso fuera de su Estado de origen.

Emisoras en AM: 2012 - 2014 - 2017
Ecuador: 233 - 165 - 149
Perú: 466 - 556 - 602
Paraguay: 89 - 88 - 88
Uruguay: 72 - 49- 8

Géneros y formatos

Aún podemos clasificar las emisoras por el enfoque de su contenido, siendo locales y dialogando directamente con la comunidad en la cual están geográficamente inseridas o afiliadas de redes regionales y nacionales, que retransmiten contenidos pasteurizados, producidos por la emisora cabeza-de-red comúnmente instalada en grandes centros urbanos. La red posibilita una estrategia mercadológica que disminuye el coste de producción de las emisoras AM y aumenta su recaudación al potencializar el mercado publicitario. No obstante, la desventaja de este modelo está en la descaracterización de la programación local, que muchas veces acaba por inserir contenidos irrelevantes para la población, por ejemplo, al transmitir informaciones sobre el tráfico en la ciudad de Sao Paulo para moradores de cualquier ciudad fuera de su área metropolitana.

En los municipios periféricos, fundamentalmente en las áreas rurales o más aisladas, es común encontrar programas que se relacionan con la base económica de la localidad, como por ejemplo, la agropecuaria y la pesca, del mismo modo las emisoras locales prestan servicios de utilidad pública como informar las fechas de atendimiento de especialistas en pos centros de salud o enviar mensajes personales entre la población de diferentes comunidades de la región.

La programación estrictamente musical es casi inexistente, pues fue incorporada por la FM en las últimas décadas. Los programas musicales, que persisten a despecho del ruido característico de la radio AM, enfocan en determinados ritmos regionales o siguen la línea góspel. Ya la producción educativa está, en su mayor parte, demarcada en las emisoras pertenecientes al Estado y algunas instituciones de enseñanza. 5. En este caso, podemos citar las emisoras afiliadas a la empresa Brasil de Comunicación - EBC, entre las cuales están la Radio Nacional, la Radio MEC y la emisora de la Universidad Federal de Goiás, respectivamente.

La historia demuestra que la comunicación electrónica es objeto de interés político 6, configurando un cuadro tan preocupante como el proselitismo religioso, anteriormente comentado. Además de la presencia directa de políticos en el control accionario de las radios, no es rara la utilización de parientes y "testaferros". Muchas veces, las radios AM/FM integran un amplio sistema de comunicación que también cuenta con periódicos impresos, portales en internet y emisoras de televisión (frecuentemente retransmisoras del contenido de las grandes redes nacionales), generando una situación de control de la media local.

Emisoras en AM: 2012 - 2014 - (2017) Actualizado
Brasil: 1583 - 1781 - 1726
Chile: 174 - 150 - 147
Argentina: 177 - 188 - 279

Maranhão ejemplifica esta realidad: verificamos que cuatro emisoras poseen políticos como socios, entre las siete que operan en amplitud modulada listada en la capital Sao Luis (Ministerio de las Comunicaciones, 2014). La familia de ex-presidente José Sarney 7. es la grande beneficiada con esta situación, siendo propietaria de una de las emisoras (entre otras empresas del Sistema Mirante) y teniendo apoyo editorial de las restantes. Con la reciente entrada de la oposición en el gobierno estadual el contrapunto partidario debe ser hecho por la emisora estatal, para cual ya fueron anunciadas inversiones y reestructuración de la programación.

Sin embargo, será necesario estar atento para que no se crie un campo de batalla mediático entre grupos políticos, con contenidos que desconsideran el real interés público, repitiendo lo que ocurre en otras localidades del país

5. La lista de emisoras universitarias puede ser accedidas en aldoradio/radios-universitarias>.
6. Ver MOTTER, Paulino. El uso político de las concesiones de las emisoras de radio y televisión en el gobierno Sarney. IN: Comunicação&Política, vol. I, nº. 1, agosto-noviembre, 1994, pp. 89-115 e COSTA, Sylvio; BRENER, Jayme. Dossier de das concessões de TV. Observatorio de Imprensa. Disponible en: ttp://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/ mat2008d.htm>. Acceso en febrero de 2014.
7. José Sarney también ejerció los cargos de vice-presidente de Brasil (1985), gobernador de Maranhão (1966-1970), senador por Maranhão (1971-1985) y por Amapá (1991-2015) y presidente del Senado Federal (en 1995-97, 2003-05 e 2009-13). Aún dos de sus tres hijos siguieron carrera política, siendo que Roseana Sarney es ex-deputada federal por Maranhão (1991-1994), ex-gobernadora por dos mandatos (1995-2002 y 2009-2014), ex-senadora (2003-2009), ambos por el mismo Estado y José Sarney Filho es deputado federal por nueve mandatos consecutivos desde 1983, aún fue Secretario de Estado (1988-1990) y Ministro del Medio Ambiente (1999-2002).

Cuba
Las emisoras de AM transmite de todo: informaciones, musicales, dramatizados, etc.

Emisoras en AM: 2012 - 2014 - 2017
Cuba: 28 - 28 - 34
República Dominicana: 143 - 146 - 146

¿DESAPARECE LA RADIO DE AM EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE?

¿Cuáles son las principales dificultades que tiene hoy una radio de AM en su país al momento de emitir y sostener su proyecto comunicativo? ¿Cómo logran sobrevivir las emisoras de AM, cómo consiguen los recursos económicos? ¿con publicidad? ¿cómo la venden, dónde la venden?

TitoBallesterosLópez
Radios de América

LAS DIFICULTADES DEL AM

México
En México hay quince familias o lo que es lo mismo quince grupos de radio privados que predominan en la producción de programación radiofónica, pero irónicamente, los concesionarios adinerados o que sobresalgan en la economía no rebasa unos cinco.

Es verdad que Radiorama como cadena de radiodifusión nacional con más de ciento veinte emisoras en todo el país, podría suponerse como poseedora del gran reino económico en materia de radio, es también la de mayor problemática de sobreviviencia, pues los concesionarios, sobretodo en la provincia mexicana y en el DF de AM están casi trabajando en números rojos en sus ganancias.

De hecho, dada la nueva legislación en medios se prohíbe la preponderancia de radiodifusores, así que Radiorama, siendo de pequeñísimos concesionarios, ha sido obligada a diseccionarse dejando a los empresarios locales desprovistos de apoyos de inversión generalizados.

No pareciera descabellado encontrar con que los dueños de las empresas de radio salen ellos mismos a vender comercialización para sus emisoras.

Hay un fenómeno que particularmente ha prevalecido y se ha ido aumentando exponencialmente en la última década, y este es el de que en vez de ser contratados los servicios de locutores, productores o de firmas comerciales, ahora el locutor o creativo de radio “tiene que pagar” para sub-rentar espacios de radio en las AM y así producir “lo que se le dé la gana”, o poniendo un cintillo que a la letra dice: «el contenido del siguiente programa es responsabilidad de sus emisores, esta empresa no se hace responsable, ni comparte forzosamente la línea editorial de este programa»

El SalvadorLa percepción generalizada es la de que la banda AM va a desaparecer, en lo cual han influido las radios comerciales en FM. Por otra parte, las emisoras comerciales acostumbraron a la gente a considerar la radio solo como diversión y acompañamiento y para ello, el sonido de la música en FM es mejor, por lo que la cantidad de oyentes en AM es menor. las iglesias mantienen sus proyectos radiofónicos con el apoyo de sus creyentes, ya sea monetarios o con voluntariado. Una iglesia de una denominación concreta en particular que transmite en una emisora religiosa, en general, paga el espacio. Hacen también campañas de apoyo.

LAS DIFICULTADES DEL AM

Costa Rica
La principal dificultad de la radio AM está en su sostenibilidad financiera, sobre todo porque las agencias de publicidad no toman en cuenta a estas emisoras para que sus clientes anuncien sus productos y servicios. Pese a esto, muchas empresas, comercios e industrias saben que su mensaje será más directo si lo difunden por medio de una emisora local.

El esfuerzo de ventas y de mercadeo es en general agotador, pero quienes prueban anunciarse en una emisora AM, quedan satisfechos con su inversión.

Panamá
Las radios en AM tienen muchas dificultades como son la falta de recursos para invertir en nuevos equipos, sobre todo ahora que estamos en la era digital.
Las emisoras como Radio Hogar, emisora de la Iglesia Católica, se sostiene a base de donaciones, la venta de espacios en la radio, y proyectos específicos con financiamiento internacional. Existen algunas empresas amigas que se anuncian con el medio para apoyarlo. No se puede mercadear con publicidad porque esta es una fundación sin fines de lucro. La Arquidiócesis de Panamá a través de la Campaña Arquidiocesana también apoya el medio sonoro.

Colombia
Uno puede decir que por las características geográficas de Colombia la AM tiene una ventaja que es en la emisión, propagación de señal e impacto sobre el público objetivo.

Ahora, donde está el talón de Aquiles, yo diría que en la venta de publicidad y es esa venta de publicidad que va muy amarrada que la AM se convirtió en la bonificación de las emisora FM, incluso, el contenido hablado de las principales cadenas esta hoy en día en FM, potencia su propagación de FM, su comercialización en FM y bonifica el AM. Prácticamente la AM ha quedado muy relegada, le ha tocado irse por la vía del canje, le ha tocado irse por la vía casi que regalar pauta y más que todo si uno hace un balance general de las AM en nuestro país va a encontrar que se ha dedicado es a vender espacios. Muchas radios subsisten al vender espacios y sub arrendar el dial, y ahí es donde viene el tema de brujos, seudo – médicos de todo ese material que uno diría como está el medio de comunicación es que no tiene otra vía de vivir porque estamos hablando básicamente que en Colombia los que sostienen la radio o que tienen modos de comercializar la radio son el grupo Prisa a través de Caracol Radio, el grupo Ardila Lulle con RCN, el grupo Santo Domingo con Blue Radio, pero Blue Radio casi que no está en AM, es más en FM que se encuentra y en gracia de discusión Todelar que ha perdido mucho poderío pero que sigue teniendo un número importante de emisoras en AM las cuales comercializa bajo el esquema que acabo de mencionar.

LAS DIFICULTADES DEL AM

Ecuador
Las radios AM mantienen una desactualización tecnológica y en contenidos abrumadoramente grande. Con excepción de las radios pertenecientes al Estado y Gobierno y algunas privadas que si están en una actualización constante, la gran mayoría sobrevive con equipos muy precarios. Esto se entiende al alto costo que la modulación en amplitud plantea.

No obstante al escuchar estas radios encontramos gran carga publicitaria de target popular debido a los bajos costos que mantienen en el mercado y a la segmentación de su público que normalmente es fiel a la misma.

Venezuela
Ocurre que la radio AM en Venezuela se mantiene por “fidelidad y tradición” comúnmente los patrocinadores (clientes) son los mismos desde que la radio se inauguró, su audiencia está acostumbrada al estilo de la radio y le siguen debido a que se sienten, hoy, exactamente igual a hace 10 años.

Las tarifas para publicidad radial en AM suelen ser muy accesibles y por ello incluyen muchos clientes que pueden mantener a bajos costos. Su enfoque de negocio y margen de sustentabilidad está enfocado en mantener al cliente casado con los locutores en su radio y hacerlo parte del equipo.

Paraguay
La radio es uno de los medios más accesibles con que se cuenta actualmente, tanto en el sector rural y urbano. Por ello, creemos importante el acceso de las organizaciones sociales a la propiedad de los medios de comunicación para el fortalecimiento del proceso democrático en el país. En ese contexto estamos potenciando en las emisoras una tarea informativa, pluralista y participativa.

En Paraguay nacen en 1994, también con el objetivo fundamental de ser portavoces de las organizaciones sociales. “Es un espacio de los sin voz, de los sectores que no tienen lugar en los medios masivos de comunicación”.

Lourdes destacó la importancia del periodista comunitario. “Él o ella está más adentrado en su realidad y puede conocer y denunciar los abusos que se cometen a diario en su comunidad”. Recordó el caso reciente de golpes y amenazas de muerte que sufrió Fausto Coronel, periodista de la radio comunitaria de Nueva Esperanza –Canindeyu- por parte del intendente local y cinco concejales.

LAS DIFICULTADES DEL AM

Comunica denunció la agresión en la comisaría de Nueva Esperanza y en la Fiscalía. Además, presentó un informe a la CODEHUPY, al SPP y a organismos internacionales. “Estamos atentos ante cualquier emergencia”, finalizó. Las radios comunitarias fomentan la solidaridad y, por la situación de crisis que atraviesa el país, éste es un agregado muy valioso para la ciudadanía. “Las necesidades que llegan a la radio y que uno debe derivar o atender son inmensas. Los locutores hacen de recaudadores, de doctores, de policías y de intermediarios entre la comunidad y las autoridades”, expresó Myriam Candia.

Tanto trabajo y responsabilidad también implica cierta inversión. Para explicar cómo se sostienen Myriam dice que “algunas tienen clubes de socios aportantes y otras pasan cierto tipo de publicidad, aunque no están permitidas las de multinacionales o de empresas que dañen el medio ambiente”. Agregó que la gente empieza de a poco, sin muchos gastos, con equipos prestados por los mismos vecinos. Lourdes Ramírez añadió que dan una “oportunidad a pequeños emprendimientos como almacenes, mini mercados, ferias de frutas y verduras, etc. de difundir y dar a conocer sus productos y actividades a la comunidad”.

Uruguay

Las radios se financian con publicidad que, en gran porcentaje, aportan el gobierno central y todos sus organismos y empresas, y los gobiernos municipales, en el caso del interior. El gobierno que asumió el primero de marzo de 2015 dispuso que se reduzca al mínimo y en algunos casos se elimine el rubro que se denomina genéricamente "publicidad oficial". También se vende mucha publicidad a privados.

Desde mediados del Siglo XX funcionan las Agencias de Publicidad, que son empresas intermediarias que se encargan de administrar los fondos de los clientes destinados a la publicidad. Son minoritarios los casos en los que una empresa consigue contratar publicidad directamente con el medio radial. Generalmente tiene que ir a una Agencia de Publicidad, que cobra su comisión a la radio y al cliente y encarece el costo final.

Brasil

La radio viene manteniendo una receta media de un 4% de la publicidad, totalizando cerca de US$ 600 millones de acuerdo con los datos del Proyecto Inter-Medios (Mídia Dados, 2014, pp.101-104). Sus mayores anunciantes son de las áreas de comercio (minorista), servicios / telecomunicaciones, industria farmacéutica, bancos e industria automovilística (p.117). No hay informaciones oficiales actualizadas sobre que parte de este monto sería de responsabilidad de las radios AM, pero no es incorrecto afirmar que el porcentaje es mínimo, especialmente considerando la realidad de las emisoras fuera de los principales mercados, tanto por cuenta de su perfil cuando de los índices de audiencia. 8.

LAS DIFICULTADES DEL AM

En el descrito escenario, los profesionales de la radio y periodistas sufren con la disminución de las oportunidades de trabajo decurrente de la desvalorización de la formación en detrimento de la ideología político-religiosa, práctica común en las emisoras que se caracterizan por la defensa de intereses de determinados grupos. Sin embargo, de manera general, la categoría enfrenta problemas también en las emisoras comerciales, visto que no está previsto en la legislación un piso salarial nacional, estando el valor a cargo de la negociación liderada por los sindicatos. En Rio de Janeiro, la última convención colectiva del Sindicato de los Profesionales de la Radio estableció un valor mínimo de US$330,90 para el sueldo normativo de las emisoras de ciudades periféricas y US$ 442,95 en las emisoras de la capital para el año de 2015.

Las diferencias regionales y la cantidad de radios hacen que no sea posible establecer un perfil detallado de la radiodifusión en amplitud modulada. Pero, los estudios demuestran la similitud de los panoramas locales, lo que posibilita establecer elementos que permean las problemáticas nacionales, como el reciente proceso de migración de las emisoras.
8. Datos de Ibope indican que la audiencia de las emisoras AM (en el período entre diciembre de 2013 y febrero de 2014) varió entre un 6% y 14% de la audiencia total del radio en Sao Paulo. En Río de Janeiro, la variación se quedó entre un 5% y un 10% (Mídia Dados, 2014, p.334). No hay informaciones abiertas disponibles sobre las emisoras en el interior, pero a partir de esos datos es posible tener la idea del panorama nacional.

Cuba
Como las emisoras son presupuestadas por el Estado (por tanto no aportan al presupuesto, sino que las patrocina el Estado) este se ocupa, a través de una entidad denominada Radiocuba, dar los mantenimientos, atención a transmisores, cambios de equipos, etc.

DE LA SERIE
CUADERNOS DE RADIO

¿En relación con el tipo de trabajadores que tiene la radio, cómo son estas remuneraciones económicas, hay un salario, cómo se fija, cuánto dinero mensual pueden significar en dólares?

TitoBallesterosLópez
Radios de América
www.titoballesteros.blogspot.com

DE LA SERIE CUADERNOS DE RADIO

México
En relación con el tipo de trabajadores que tiene la radio, cómo son estas remuneraciones económicas. ¿Hay un salario, cómo se fija, cuánto dinero mensual puede ser en dólares?

Decía yo que en particular la AM es una radio en la que un empleado ya no gana un sueldo, sino que paga por tener derecho a emitir un programa radiofónico de contenido e interés propio del contratante. El STIRT Sindicato de Trabajadores de la Radio y la Televisión que predomina en el 98% de las emisoras públicas y privadas en México aún resguarda a los trabajadores técnicos, administrativos y locutores; sin embargo, en la Ciudad de México el tabulador de los pocos que aún son “empleados” no rebasa más allá de dos salarios mínimos, unos cinco mil pesos o sea trescientos treinta dólares mensuales.

Las garantías de trabajo de quienes laboramos en la radio, ya no digamos de la AM, sino de toda la radio, está tan mermada que ya sólo se trabaja como “freelance”, o sea por honorarios y a destajo.

Es aberrante percibir que ni el concesionario, ni los empleados y personal externo cuenten con condiciones de trabajo adecuadas. La mayoría de las instalaciones de las empresas de radiodifusión de AM son arcaicas, están descuidadas y peor aún, se encuentran ante la inmovilidad de plazas fijas, pues los pocos que aún tienen la “garantía de ser sindicalizados” han permanecido en tal inmovilidad que entenderíamos que ya no hay contrataciones fijas para nadie, sólo esperar la jubilación de quienes aún cuentan con apoyos de los sindicatos o con plazas fijas.

A mi juicio este es el meollo más problemático para la AM, pues a vista de los inversionistas, aún los comercios más pequeños, la AM no les resulta ni de interés de inversión, ni de interés de mejora. Hay una fuerte idea de todos de que la radio “no vende” y menos la de amplitud modulada, donde las centrales de medios y aún las instancias políticas en tiempos electorales, descartan “invertir” en la AM. Primero buscan un spot de televisión que cien repeticiones de su spot en la radio, aunque esto sea mucho más barato en la emisora.

El Salvador
Un puesto administrativo devenga un promedio de unos US$300.00 al mes y trabajan también colaboradores ad honorem. Un director de la emisora podría llegar a ganar un máximo de unos US$600.00/mes.

Guatemala
¿En relación con el tipo de trabajadores que tiene la radio, cómo son estas remuneraciones económicas? Deficientes, abajo del salario mínimo. Muchos trabajan por hobbie. ¿Hay un salario, cómo se fija, cuánto dinero mensual puede ser en dólares? Unos 300 dólares mensuales o muchos son autogestores de venta de publicidad.

Costa Rica
En Costa Rica existe un salario mínimo para diversas categorías, en el caso de Operador de Cabina de Radioemisora la jornada ordinaria por día es de ¢ 12.421,15, que en dólares significan alrededor de 23 dólares. Este salario se adecúa cada seis meses en una negociación entre patronos, trabajadores y Gobierno.

Panamá
Las remuneraciones son relativamente bajas y básicas y nos limita a tener libertad de contratar personal necesario y profesional. Los salarios en radio son bajos; muchos trabajadores de la radio deben tener dos o más trabajos. Podemos hablar de 300 a 500 dólares mensuales en el caso de radios no comerciales. 500 a 800 en radios comerciales.

Colombia
Hay que decir que las grandes figuras tienen un salario que depende del personaje, depende de su incidencia, depende de su rango de sintonía. Así como encontramos personas que se pueden ganar 50 millones (25.000 dólares) encontramos personas que se pueden ganar el salario mínimo.

El salario de AM podría estar alrededor de 600 o 700 dólares pero dadas las características de ese AM de vender y comercializar espacios también encuentra uno propuestas como las que hace la cadena Todelar del 50 - 50 o del 2- 1. Venda dos pautas publicitarias para la emisora y usted se queda con una. Entonces, difiere mucho el tema de salarios. Si es en grandes cadenas y son los que monopolizan el medio uno puede aspira a ganar dinero, si es en las emisoras pequeñas tiene que saber que tiene que vender y que su sueldo se lo pone uno con las ventas y no solo con lo que hizo al aire.

Venezuela
En relación con el tipo de trabajadores que tiene la radio, cómo son estas remuneraciones económicas. ¿Hay un salario, cómo se fija, cuánto dinero mensual puede ser en dólares?

Los locutores de radios AM no ganan de manera muy distinta a los que trabajan para radios FM en Venezuela. Me explico, ambos reciben remuneración económica según la publicidad que logren anunciar en sus espacios, bien sea grabada o en vivo pero que sea del locutor o productor del espacio y no exclusivamente de la radio. Existe la negociación del 60 a 40 entre radio y locutor en referencia al margen de ganancia, siendo el mayor porcentaje frecuentemente para la radio. En cuanto al resto del personal como: técnicos de sonido, personal de cabina de grabación o personal administrativo suelen ser nomina directa de la radio y ganan en la mayoría de los casos el salario mínimo venezolano (4.889,11 bolívares.) lo cual equivale a unos 250 dólares americanos aproximadamente para la actualidad.

Ecuador
El modelo de negocio establecido en las radios AM no difiere mucho al de las radios en FM. Los locutores y/o productores ganan comisión por venta. Los técnicos y personal administrativo se mantienen bordeando el salario mínimo. Muchas de estas radios se alimentan de pasantías de estudiantes universitarios.

DE LA SERIE
CUADERNOS DE RADIO

Paraguay
Las radios tienen tipos de trabajadores diversos, tales como conductores, redactores, reporteros y productores, quienes reciben salarios de diferentes montos. Un conductor de programa radial matutino o vespertino, que goza de trayectoria en el campo periodístico recibe un salario mensual superior de hasta 5 mil dólares; la brecha con los demás es grande, pues un productor que acaba de recibirse de licenciado en Ciencias de la Comunicación recibe un pago de hasta 300 dólares al principio, luego van obteniendo mejores ganancias.

Uruguay
El salario base de los trabajadores de las radios se fija en los Consejos de Salarios, que son instancias tripartitas de las que participan los empleadores, los empleados y el Gobierno. Allí se discute el tema, generalmente en relación al índice de inflación, y se fijan las remuneraciones, por categoría. También existen los llamados "productores" que operan a veces como empresas unipersonales. Contratan un espacio que explotan en sociedad con la radio y ellos se encargan de todo, hasta de poner a sus propios empleados. La tabla de salarios según función se puede consultar en la web de la Asociación de la prensa Uruguaya (APU): www.apu.org.uy

Cuba
Los trabajadores de la radio en Cuba ganan por tarifas de programas y en ello influye su nivel profesional. O sea, los programas tienen un código de precio, legislado, o sea, por ejemplo: Revista Informativa, si es de una hora tiene un precio máximo si es muy compleja, otro precio si es compleja y uno mínimo si es menos compleja. Es decir hay una tasa de valores que es progresiva según la duración y la complejidad que tenga en su realización. Obviamente un artista que tenga programas muy complejos y de mayor duración y un código además de más valor, puesto que es obvio que una Radio Revista es de mayor remuneración que un programa musical simple. En fin, no podemos hablar de un equivalente en dólares porque no todos ganan igual, y si por determinadas razones no haces algún programa pues no lo cobras, por tanto un mes puede ser más provechoso que otro.

LOS PROPIETARIOS DE LAS AM

¿Quién o quiénes suelen ser los dueños de las radios de AM en su país?

TitoBallesterosLópez
titoballesteros@gmail.com

LOS PROPIETARIOS DE LAS AM

México
Como lo marqué hace un rato son sólo quince las familias que predominan la posesión de las concesiones privadas, los grupos más fuertes son: Grupo Radio Centro, ACIR, Multimedios, NRM Comunicaciones, Televisa Radio; Grupo Imagen, Radiorama; Grupo Fórmula, MVS y RASA pero hay que decirlo, ni aún Grupo Radio Centro que de acuerdo a BIMSA, empresa de medición de audiencias, duplica en audiencia al Canal de las Estrellas de Televisa o triplica a la audiencia de TV Azteca ha logrado mantenerse en una preponderancia económica absoluta.

Los pequeños concesionarios, incluso en la Ciudad de México se han ido extenuando al grado de mudar su interés en la inversión de la radio abierta hacia los canales de televisión y la multimedia.

Hay búsquedas que son interesantes de estudiar como Grupo Imagen, que pertenece a Grupo Ángeles de Olegario Vázquez Raña, quienes han pasado de ser anunciantes a adquirir las emisoras de radio para hacer inversión directa de sus productos antes que seguir invirtiendo en publicidad a través de otros grupos de radiodifusión.

El Salvador
La mayoría, iglesias.

Costa Rica
Pequeños empresarios cuyo ligamen se extiende a varias generaciones de radiodifusores.

Panamá
Generalmente los dueños de los medios son empresarios o consorcios que tienen también otras frecuencias en FM o emisoras en otras provincias. También hay grupos o sectas religiosas que suelen poseer frecuencias.

LOS PROPIETARIOS DE LAS AM

Colombia
Los dueños de la AM son básicamente las grandes cadenas, CARACOL, RCN, Todelar, SUPER, que incluso ya desistió y se la entregó a RCN. Colmundo radio y el resto son un sinnúmero de emisoras independientes que licitan una frecuencia y se meten en la titánica labor de explorar el medio en nuestro país.

Venezuela
Empresarios en su mayoría, quienes se iniciaron en la radio de manera experimental ante proyectos de inversión y tanteo a largo plazo. Apasionados circunstanciales atraídos por la radio que con equipos a bajos costo lograron colocar al aire muchas radios en la época donde sacar una señal AM era asunto sencillo y de estímulo de inversión para quienes tenían el conocimiento y capacidad de liderar tal proyecto. Hoy en día las radios AM no escapan de la intención del Gobierno nacional para adquirirlas u obligarlas a enfocarse estrictamente a transmitir mensajes de índole político. Por ello se hace cada vez más evidente que el Gobierno es quien conduce la directiva de muchas radios venezolanas tanto FM como AM.

Ecuador
Periodistas, políticos y religiosos son en la gran mayoría los dueños de las 164 emisoras AM bajo la categoría de comercial privada. También algunos empresarios visionarios que en su momento pudieron adquirir una emisora y su respectiva frecuencia. Aunque estos empresarios, debido al poder que ejercía antaño en la población la radio AM, terminaron de una manera u otra incursionando en la política local.

Paraguay
En el Paraguay, son propietarios de las radios privadas, los empresarios de diversos rubros, y se centran en tres personas que son. Antonio J. Vierci, Juan Carlos Wasmosy, Humberto Rubín, Alcides Riveros, y otros en menor escala. También se tienen los medios estatales, a cargo de la Dirección General de Medios del Estado de la Secretaria de Información y Comunicación para el Desarrollo (SICOM), que optimizan el acceso a la información pública a través de la utilización de dichos medios.

TitoBallesterosLópez
titoballesteros@gmail.com

LOS PROPIETARIOS DE LAS AM

La SICOM fue constituida por decreto de creación N° 171 del 27 de agosto de 2008 como órgano dependiente de la Presidencia de la República del Paraguay, durante la presidencia de Fernando Lugo. En esta norma se establecieron sus funciones, atribuciones y autoridades, y se reestructuró la Secretaría de Comunicación Social. En enero de 2014 el Gobierno paraguayo aprobó un nuevo decreto Nº 1069 por el cual se dispone el cambio de denominación de la Secretaría de Información y Comunicación para el Desarrollo, que pasa a llamarse Secretaría de Información y Comunicación. Además define a la Dirección de Información Presidencial como parte de la repartición estatal, unificando criterios para así tener un mejor manejo de la comunicación del Presidente, del Gabinete y de los ministros, y para contar con una comunicación uniforme de cada uno de los entes del Estado.

El sistema de medios estatales para guayo incluye a Radio Nacional San Pedro, ubicada al norte del país, con un alcance de 150 Km a la redonda; Radio Nacional del Paraguay, en AM y FM, con un alcance a 60 km a la redonda, cubre las áreas de Asunción, Gran Asunción, Central y Cordillera. En el sur del país se encuentra Radio Carlos Antonio López, específicamente en la ciudad de Pilar, con un alcance de 150 km a la redonda. Además, el sistema cuenta con una agencia gubernamental de información digital que actualmente se denomina Agencia de Información Paraguaya.

Uruguay
No hay dueños sino "Permisionarios" de las ondas que son del Estado, por lo tanto, de todos los habitantes del país. Por una deformación interesada, muchos usan equivocadamente el término "propietario", pero no es correcto. Así como esa, hay otras deformaciones inadmisibles, y hasta ilegales, como el hecho que la Radio Colonia, que está en territorio uruguayo, en la ciudad del mismo nombre, a orillas del Rio de la Plata, y frente a la ciudad de Buenos Aires. Esa emisora uruguaya opera desde Buenos Aires, con un local en el centro de la ciudad y personal y programación argentinos. Hay otros casos, pero no son enfrentados ni superados porque no hay interés de los gobernantes.

Cuba
En Cuba la radio es estatal.

TitoBallesterosLópez
titoballesteros@gmail.com

LOS BENEFICIOS DE LA AM

¿Cuáles son los beneficios que tiene para su país y para las audiencias el que las radios en AM sigan vivas y se puedan seguir sintonizando en el dial?

LOS BENEFICIOS DE LA AM

México
Cuáles son los beneficios que tiene para su país y para las audiencias el que las radios en AM sigan vivas y se puedan seguir sintonizando en el dial.

La más grande de las ventajas es que los usos y costumbres, sobre todo en las 32 entidades de México, que no en el Distrito Federal, es que la gente utiliza la AM tanto y más que la FM y aún siguen siendo mucho más directo y barato un spot en radio que en televisión e incluso, que en la internet.

Calculo un costo de tres mil pesos, cien dólares por una campaña.

Es adecuado que no ha sido necesario el reinstalar aparatos receptores y que la penetración de la internet apenas tocará al 18% de la audiencia nacional, mientras la radio, esa del aparato tradicional AM/FM está tan en uso que es aún en la provincia donde las radios se escuchan y mucho, eso si en la AM las audiencias si son mayores a cuarenta años de edad.

El Salvador
El mayor beneficio para los oyentes del país es ser una opción de programación ante los contenidos comerciales que predominan en la banda FM.

Guatemala
¿Cuáles son los beneficios que tiene para su país y para las audiencias el que las radios en AM sigan vivas y se puedan seguir sintonizando en el dial? Una opción o alternativa de optar a transmitir un programa, los costos son más bajos.

LOS BENEFICIOS DE LA AM

Costa Rica
Es importantísimo, la pluralidad en los mensajes, la riqueza en los contenidos, la diversidad de temáticas han logrado fortalecer el modelo de democracia de la cual gozamos desde hace décadas en nuestro país. Esto no solo nos ha hecho un pueblo más consciente y más culto, sino que nos ha permitido expresarnos a través de un medio tan importante como lo es la radio. Gracias a la AM.

Panamá
La radio sigue teniendo mucho alcance sobretodo en el interior del país. De manera particular nuestra radio desde que iniciamos el programa del Maestro En Casa ha cobrado mucha más notoriedad pues se ha convertido en el medio para que muchas personas que no han podido estudiar, lo logren de manera básica. Las emisoras en AM siguen teniendo más alcance y siguen siendo más populares para las poblaciones más apartadas.

Colombia
El beneficio más grande para nuestro país con el AM es que es una emisora que llega a los distintos rincones de la población colombiana sobre todo a las zonas rurales y de ahí la importancia de ese AM. Fm si bien es una emisora de mayor cuerpo, de mayor consistencia de mejor sonido no llega a todas las poblaciones a todos los rincones de la geografía nacional y la AM ahí sigue penetrando bastante, de ahí las propuestas muy locales, muy musicales, muy de servicio social que uno puede llegar a encontrar en las regiones de nuestro país. Son emisoras que si se siguen sintonizando sin embargo tecnológicamente hoy en día es difícil encontrar un radio con AM y de ahí que se vaya complicando un poco más la comercialización y la penetración de este medio, pero a mí me parece que en las grandes ciudades es donde van a perder espacio en el campo seguirán siendo un baluarte muy grande las emisoras de este tipo en nuestro país.

LOS BENEFICIOS DE LA AM

Venezuela
El beneficio es mantener la Democracia, en toda sociedad democrática debe existir diversidad de opinión y de contenido así como la forma de expresarse, de cautivar o convencer a la audiencia. No debe ser todo enfocado al mismo mensaje, a la misma tendencia o ideología política. La radio debe ser independiente, plural y democrática, debe ser AM y FM pero ante todo debe seguir existiendo.

Ecuador
Es importante que las radios en AM puedan migrar a la categoría de comunitarias. Universidades, asociaciones, toda la ruralidad del país, puede beneficiarse de este tipo de modulación que posee un gran alcance, aunque su calidad no sea la más óptima. Contenidos educativos son los que deben primar en este tipo de radio para cubrir esa brecha en comunidades que aún no poseen un acceso pleno a las nuevas tecnologías.

Uruguay
Habría beneficios directos para la población si las radios fueran un servicio público, cómo deben ser. Desde hace unos cuántos años son empresas comerciales con fines de lucro, lo que les hace perder su condición de servicio social. De todas formas, en algunos lugares, particularmente del interior del país, todavía hay emisoras que reflejan la vida de la comunidad en toda su programación.

LOS BENEFICIOS DE LA AM

Argentina
Los beneficios que tiene para nuestro país y para las audiencias que las radios en AM sigan vivas y se puedan seguir sintonizando en el dial significa que estas emisoras siguen cumpliendo la función de sostener la palabra y con ella el debate político y de construcción de ideas. La extensión misma del país se integra con la cobertura de la AM que articula múltiples voces buscando un destino común. Resaltamos entonces principalmente la supervivencia de la palabra. Nuestro país atraviesa un denso debate político, y en gran medida las AM, establecidas en la capital y en algunos casos retransmitidos (más allá de la emisión web) es el lugar donde se establecen estas discusiones nacionales, donde se efectúa el rescate de la palabra, el debate, la búsqueda de conocimiento. El Dr Haye se lamenta que en el imperio radiofónico actual florezca la información en contra de la ficción y esto es tan cierto como inobjetable. Radio AM es sinónimo de información en nuestro país.

Pero también de inteligencia, de construcción de significados. Las radios AM generan opinión y marcan tendencias. Construyen la agenda política del país a lo largo del día, complementando con su reflexión la profundidad que permite la información impresa y la emoción de la imagen televisiva.

Cuba
Pues simplemente que la AM sigue teniendo mayor rango de alcance que el FM. Las emisoras de AM de una provincia se escuchan en otras con excelente calidad, mientras que la FM tiene mucha calidad pero alcance limitado. Además, en Cuba muchas personas conservan sus radios de AM, le tienen apego y la siguen escuchando.

¿DESAPARECERÁ LA AM?

¿Desaparecerá la radio de AM en su país, cómo ve este modelo de radio para el 2016, por ejemplo?

¿DESAPARECERÁ LA AM?

México
No definitivamente no. El modelo propuesto por los legisladores es que el apagón tecnológico se diera en 2015 y ya se postergó a 2018, pero a mi juicio, sobretodo por la falta de educación al escucha común, será casi imposible de lograr.

La radio de AM está en desuso tecnológico, pero aún no toca a la modificación de la costumbre del radioescucha por cambiar de AM a FM y mucho menos la mudanza de AM hacia la FM, ergo a la radio digital.

Cierro mis ideas diciendo que la AM es como un fantasma, un mal necesario que no tiende a morir en México, sino que seguramente, como ya pasa, se trasladará a las audiencias hacia la internet incluso antes que hacer de la AM a la FM.

Lo importante sería que volviera la inversión, la contratación y la revitalización de la radio creativa, autosustentable, que definitivamen te ya no sucede en México.

El Salvador
Con la llegada de la digitalización, que se espera para el año 2018 en El Salvador, las radioemisoras en AM podrían desaparecer, sin embargo, en otros países como EE.UU., se mantienen. Habrá que ver cuáles serán las políticas estatales, como el posible apoyo para la permanencia o fomento.

Aspectos como la cultura, educación, libertad de expresión son derechos que deben ser apoyados por el Estado, no solo en lo monetario sino también mediante contenidos, como la alfabetización; acercamientos y otros aspectos, que son divulgados en AM y pueden ser fortalecidos.

Guatemala
No creo, porque muchas radios evangélicas las usan para transmitir y propagar su fe. Tienen un auditorio cautivo.

Panamá
Creo que la desaparición de la AM es inevitable sobre todo desde el surgimiento de la radio digital. Pero en nuestro país aún tenemos muchos años antes de que llegue ese cambio radical. Igual estamos en expectativa y con muchos ánimos de seguir haciendo radio para nuestros oyentes en AM.

¿DESAPARECERÁ LA AM?

Venezuela
La radio AM no desaparecerá, ya lo hemos visto con la evolución de la radio hacia la FM o el desarrollo hacia la radio digital. La radio AM se ha sabido mantener y ha logrado mantener a sus fieles seguidores por muchos años empleando su mismo formato y estilo. Tenemos mucho que aprender de ella.

Me gustaría ahondar en las comparaciones de la radio AM de Latinoamérica, similitudes y diferencias. Alcances y proyectos en consideración a su desarrollo. Oportunidades laborales para locutores de Venezuela en otros países y la relación comercial de los locutores o productores con la radio. Salario y beneficios.

Ecuador
La radio AM difícilmente desaparecerá, sobre todo con el advenimiento en Latinoamérica de la radio digital. El problema de la calidad puede resolverse en un 70 % en esta modulación con la radio digital. Quedarán, las AM, para contenidos más específicos y segmentados pero es un buen espacio que puede aprovecharse de mejor manera por instituciones que no tengan fines de lucro y que posean los recursos para mantenerse. La radio en sentido general debe reinventarse y aprovechar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para lograrlo.

Uruguay
Si las radios no desaparecieron con la aparición de la televisión, después de las FM, de internet y todo lo que esos avances traen consigo, no creo que las radios AM vayan a desaparecer. El modelo vigente seguirá mientras sea rentable para los “permisionarios” de las ondas y que sirva además a los intereses políticos que muchos de ellos representan y que accedieron a una onda precisamente para hacer campaña para su partido o sector político. Así que los cambios pueden ser simples adaptaciones a los tiempos, pero no la desaparición.

Brasil
Migración, digitalización y el futuro de la radio AM. El en día 7 de noviembre de 2013, la presidenta Dilma Rousseff firmó el Decreto no 8.139 que determina las condiciones para la extinción del servicio de radiodifusión sonora en ondas medias de carácter local y para adaptación de las otorgadas vigentes para ejecución de este servicio en frecuencia modulada. De acuerdo con el decreto, las emisoras OM poseían el plazo máximo de un año para solicitar la adaptación de sus otorgas, debiendo arcar con el valor correspondiente al uso de la radiofrecuencia y la diferencia para los valores mínimos referentes a la otorga de radiodifusión sonora en frecuencia modulada, establecidos por la Agencia Nacional de Telecomunicaciones - Anatel y por el Ministerio de las Comunicaciones respectivamente.

¿DESAPARECERÁ LA AM?

En los municipios que necesitaren utilizar la extensión de la franja (de 76 a 88 Mhz), el Ministerio podrá autorizar la transmisión concomitante de la programación en las frecuencias FM y OM por hasta cinco años y fomentará condiciones para la adaptación de receptores. La FM ocupará las frecuencias de los canales 5 y 6, liberados con switch-off después de la digitalización de la señal de televisión.

La migración prevé el límite de dos otorgas en FM por persona en la localidad (municipio) y, al término del proceso, las frecuencias AM deben ser desarrolladas al Ministerio de las Comunicaciones.

Caso no haya interés en migrar o sea constatado que, por cuestiones técnicas, la migración no será posible, la emisora podrá solicitar la adecuación de frecuencia, dejando la emisora de ser local y pasando a ser regional. De tal modo, reforzamos que las emisoras con cobertura regional y nacional no sufrirán alteraciones con el decreto. La viabilidad técnica debe garantizar que no haya interferencia entre las señales de cada canal, respetando el área de cobertura de las emisoras.

El proceso de migración fue, antes de más nada, una decisión política, influenciada, entre otros factores, por la solicitación/presión de los grupos radiodifusores. Un estudio de viabilidad realizado en 2010 por Anatel resume los principales problemas técnicos enfrentados por las emisoras:

(...) «Además de la notoria diferencia en la calidad del audio para las radios FM, el crecimiento urbano aumenta cada vez más el nivel de ruido y contamina la franja con emisiones espurias, deteriorando la calidad del audio y perjudicando el área de cobertura de las emisoras. La urbanización también perjudica la conductividad del suelo, esencial para la transmisión en OM. Además, las estaciones OM tienen costes de instalación y manutención más costosos - son grandes torres que consumen una substancial cantidad de energía para operar. Y la potencia de la operación cambia conforme el periodo del día - por la noche es necesario disminuir la potencia debido al fenómeno de propagación en la ionosfera, típica de la faja OM, que aumenta el nivel de interferencia entre las emisoras. Para empeorar la situación, los receptores de AM son cada vez más raros, al contrario de los FM, cada vez más portátiles y más integrados a los teléfonos móviles, tocadores de MP3 y diversos otros dispositivos electrónicos. Todo eso aleja los oyentes, afecta el market-share de las emisoras y pone en riesgo su propia subsistencia». (ANATEL, 2010, p.9)

¿DESAPARECERÁ LA AM?

La discusión sobre la calidad de señal ganó fuerza con la posibilidad de mejoría después de la digitalización, cuando entonces pasaría a ser equivalente al FM. Sin embargo, hace más de una década el proceso decisorio sobre el padrón digital del sistema de radiodifusión sonora está trabado por impases técnicos y políticos. La falta de políticas públicas y de una legislación actualizada, complementada por la relevancia político-social de la radio y por las disparidades económicas y geográficas de las regiones brasileñas dejan el avance tecnológico complejo, estancando el planeamiento y la evolución del modelo de negocio.

Encerrado el plazo para la solicitación de la migración, el Ministerio de las Comunicaciones divulgó la lista de 1403 emisoras en Ondas Medidas que realizaron el procedimiento, lo equivalente a un 78,7% del total. Los cambios efectivos deben tardar algunos años, principalmente en las regiones metropolitanas, una vez que los análisis de viabilidad técnica están en marcha y los valores que deben ser pagos por la adaptación aún no fueron definidos. Consecuentemente, es temprano para diagnósticos, pero podemos proponer algunos cuestionamientos para estudios futuros, como: ¿cuál será el perfil de las emisoras después de la migración?; ¿habrá cambios en el modelo de gestión de las emisoras locales?; ¿la audiencia y la recaudación reflejarán positivamente el cambio en el cuadro general de la FM?

Referencias

ANATEL. Agência Nacional de Telecomunicações. A extensão da faixa de FM (eFM) e a migração da faixa de OM: o quê fazer com os canais 5 e 6 da televisão na era digital. Brasília: ANATEL, 2010.
BALLESTEROS LOPEZ, Tito. La Radio en América Latina y el Caribe - Mapa Interactivo (actualización 2014). Disponible en: http://titoballesteros.blogspot.com/2012/04/elpresente-estudio-recoge-un-sinnumero.html.
BRASIL. Decreto Presidencial no 8139, de 7 de novembro de 2013. Dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências. Brasília: Diário Oficial da União, 2013.
CASÉ, Rafael. Programa Casé: o rádio começou aqui (2a ed.). Rio de Janeiro: Maud, 2012.
DEL BIANCO, Nélia. Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas. IN: Anais do XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Londrina-PR, 1996, disponible en http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/7651933da05f2c7fb88d557ecf72659a.pdf.
FERRARETTO, Luiz Artur. Tendências da programação radiofônica: as emissoras em amplitude modulada. IN: MOREIRA, Sonia Virgínia. DEL BIANCO, Nélia R. (org.). Desafios do rádio no século XXI. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

¿DESAPARECERÁ LA AM?

MAGNONI, Antonio Francisco; BETTI, Juliana Gobbi. A digitalização, a convergência e as novas interfaces do Rádio. IN:CARVALHO, J.M.; MAGNONI, A.F.; PASSOS, M.Y.(orgs). Economia política da comunicação: digitalização e sociedade. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013
MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Dados do setor de Radiodifusão - Lista de sócios e diretores, 2014. Disponible en: < http://www.comunicacoes.gov.br/dados-do-setora>
MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Espaço do Radiodifusor - Migração das Rádios AM. Lista das entidades que pediram a adaptação, 2014. Disponible en: < http://www.comunicacoes.gov.br/espaco-do-radiodifusor/migracao-das-radios-am/lista-de-entidades-que-pediram-adaptacao>
MOREIRA, Sonia Virgínia. La radio en Brasil. IN: MERAYO, Arturo (coord.). La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva. España: Comunicación Social, 2007.
PRATA, Nair (org.). Panorama do Rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, 2011.

Argentina
Creemos que la radio AM sobrevivirá, aunque quizás se transforme, se transfigure sin perder su esencia. No conocemos los devenires tecnológicos, especialmente las tendencias del DAB, la radio web u otros devenires futuros. Pero así como la radio sobrevivió a sus competidores tecnológicos transformándose y readecuando su rol, es esperable que esto vuelva a suceder frente a nuevos desafíos. Servicios como RadioCut permiten rescatar el discurso radiofónico y compartirlo en las redes. Se escuchan programas de radio y se siguen usuarios que realizan recortes. Los muros de las radios actualizan debates que a veces no pasan por los micrófonos. La radio, sea imagen sonora, audiovisual o redes que nos socializan, está.

Si un visitante a Argentina solo escuchara AM se llevaría la visión de un país complejo, movilizado políticamente, interesado en el complejo contexto de un continente cambiante. Se llevaría un momento en la historia de un pueblo que construye día a día su cultura en el éter cambiante de la comunicación radiofónica.

Cuba
En Cuba siguen creciendo las radios municipales y lo están haciendo en FM, pero las grandes cadenas radiales nacionales y provinciales siguen en AM y aún está muy lejos la posibilidad de que emigren completamente a FM. Reitero, ya todos tienen FM, pero las de AM mantienen sus frecuencias y sus audiencias. Inclusive es bueno porque por ejemplo, las cadenas provinciales transmiten los juegos de béisbol, que es el deporte nacional cubano y mientras lo hacen por FM siguen su programación habitual. Es decir, se dividen las frecuencias.

Pues muy curioso: mucha gente tiene FM en casa, en el auto, hasta en los celulares; sin embargo, cuando la AM sale del aire por cualquier circunstancia, llueven las llamadas. Por ende, la AM prueba, al menos en mi país, que sigue viva.

CONCLUSIONES

Las conclusiones del presente estudio de seguro no le serán ajenas y el mismo más que descubrir escenarios nuevos, lo que refleja es una ratificación de lo ya conocido y experimentado en la propia piel de muchas personas vinculadas al AM en la región.

• Frente al número de emisoras
Las radios de AM en América Latina y el Caribe suman 5.971 y en FM 23.352. El total de estaciones de AM y FM en América Latina y el Caribe es de 29.323.

• Dos crisis
Dos son las grandes crisis que padecen a diario las estaciones en amplitud modulada. La primera de ellas se sumerge en la profunda dificultad que tienen estos proyectos comunicacionales para lograr su sostenimiento económico. La segunda es la calidad sonora que sigue siendo pobre por las condiciones mismas de la frecuencia y equipos no modernizados.

• Los PPI
Los Proyectos Políticos Institucionales de las emisoras se ven, dadas las condiciones económicas, políticas y de tenencia de las mismas, claramente alterados e indefinidos en el tiempo. Es decir, la hoja de ruta de muchas de estas radios cambia de acuerdo a los tres escenarios arriba citados. No hay una clara permanencia y sostenimiento en el tiempo de una idea comunicativa clara y duradera.

• La programación I
La parrilla de programación del AM es tan antigua como la misma radio. El potencial de cambio en formatos ancla la programación en un tiempo que se detiene para la que fuera la radio más dinámica del mundo. La carga creativa poco brilla. Las formas de narrar casi que son las mismas de hace décadas y la oferta sigue siendo altamente oral y “pesada” a la escucha.

• Incidir
La incidencia de la radio de AM no es la misma de sus primeros años.



CONCLUSIONES

La FM incide aún más en la población y le ha ganado terreno desde la interpretación de las necesidades de la población a la AM. Si quieres hacer una denuncia, defender tus derechos y hacer que tu voz viaje a más escenarios para ser escuchada ya no necesariamente debes estar en el trasmisor de la amplitud modulada.

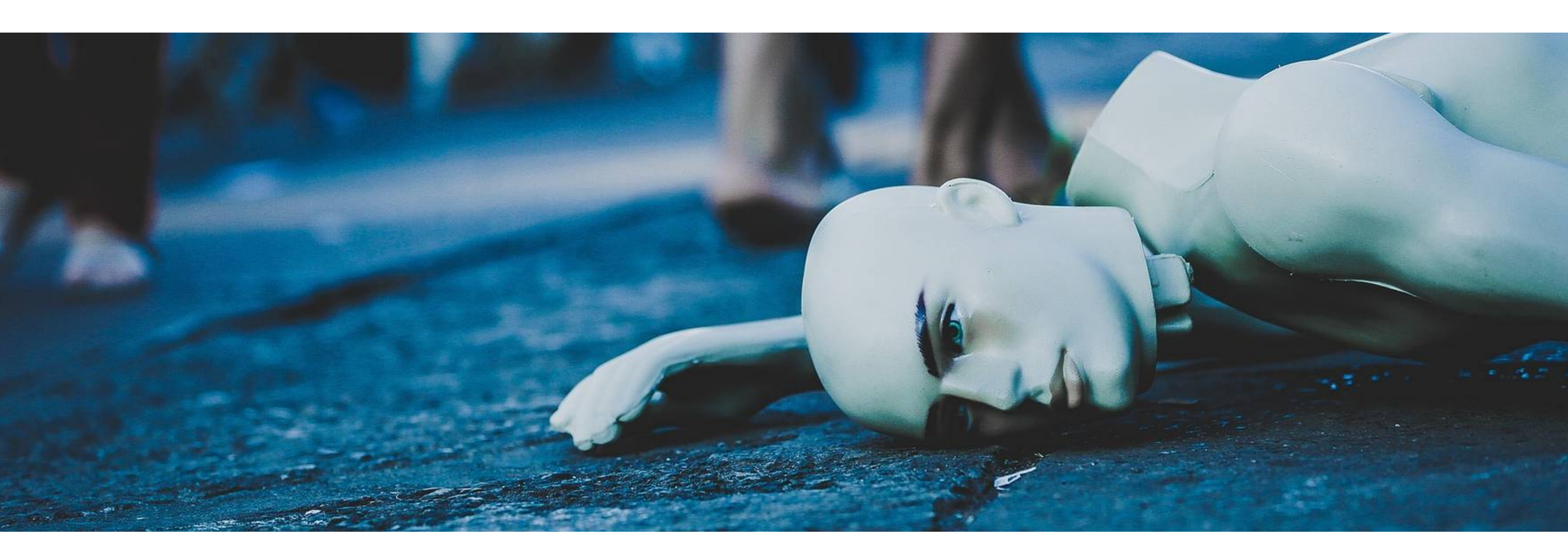
• Programación II
La programación de la radio AM, en general, sigue siendo generalista.

• Evangelización
Los discursos evangelizadores o religiosos abundan en todas las radios de los países citados en este estudio. Muchas AM se ven inundadas por discursos evangelizadores que no paran de sonar y que al aire experimentan cargas altamente orales y estructuras programáticas seguidas con un mismo libreto. Uniformadas.

• La economía
Las necesidades económicas han llevado a la frecuencia aquí citada a vender espacios o sub arrendar la radio para lograr un financiamiento económico y con ello los programas de brujos, hechiceros o “médicos” se “comen” las horas de programación sin esfuerzos creativos al aire sino, más bien, intentando hacer milagros para sostener a una audiencia necesitada de voces para resolver sus propias penas y angustias.

• Compañía
Las emisoras en AM siguen siendo compañía mediática casi que irremplazable en pequeñas poblaciones rurales.

• Humano, técnico
El personal puede ser de baja rotación y los equipos tienen muchos años de antigüedad. La tecnología en dispositivos móviles le ha hecho el quite a la radio en AM y la excluye de su movilidad.



CONCLUSIONES

• Variedad
Si la FM es unidad temática y proyectos políticos institucionales más concretos, su hermana la AM es la reina de la variedad temática del dial.

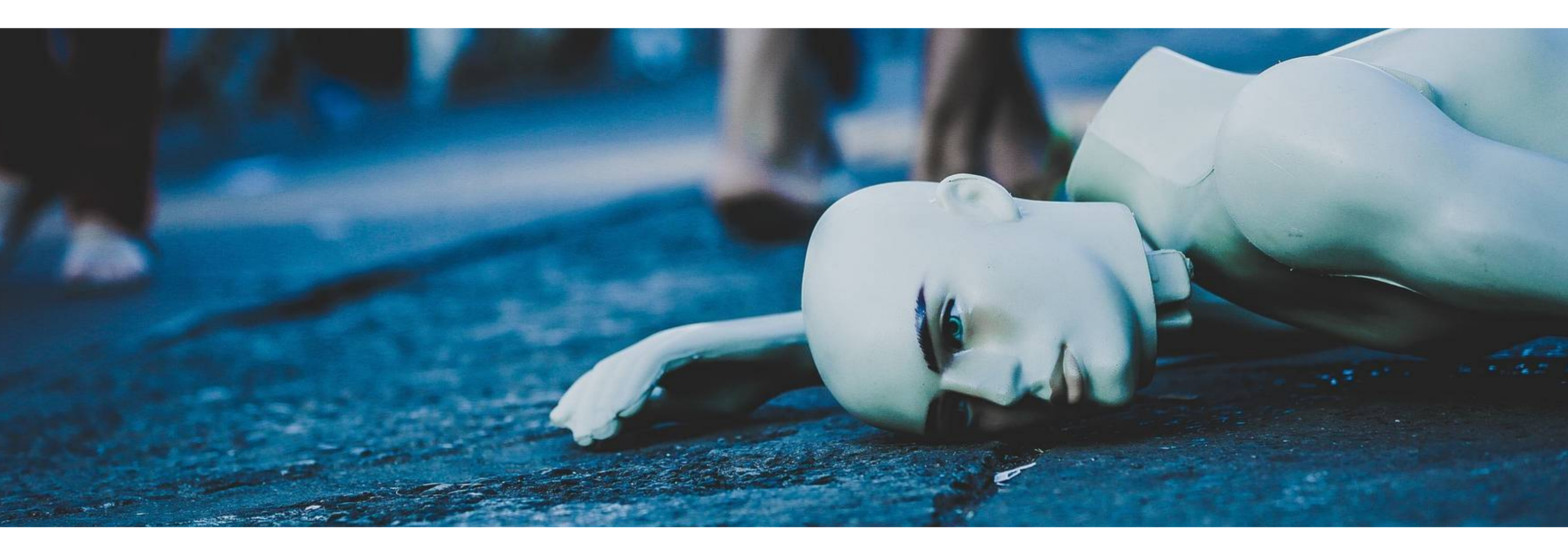
• Oralidad
Una característica de la radio AM es su alta oralidad.

• Migración a FM
En países de la región como México y Brasil las radios de AM están migrando a frecuencias de FM. Las razones de esta migración están contenidas en diversos estudios sobre recientes leyes aprobadas en esos lugares. Desde "Radios de América" también nos hemos referido a esos temas apoyados en distintas entrevistas que puede seguir en el citado blog.

• Los salarios
De entre 300 y 500 dólares es el valor asignado a trabajadores en estas frecuencias. Existen distintos modelos para la realización de estos pagos pero uno sobresaliente consisten en otorgar un salario básico al trabajador y permitir que el mismo venda cupos publicitarios para apoyar su salario definitivo. Entonces, aparece la figura del productor, vendedor. Si vendes publicidad ganas más dinero.

• Los propietarios
Monopolios, oligopolios mediáticos, iglesias y políticos son los propietarios de las frecuencias descritas en este estudio.

• Beneficios de la AM
Los beneficios de la AM: para Claudia Segura, analista de medios en México y José Torres docente de radio en Guatemala, los bajos costos de su acceso al aire permiten que muchos sectores puedan ser anunciados en estas frecuencias que siguen teniendo una alta penetración en sectores de la sociedad.



CONCLUSIONES

Ser una opción más en medio de tanto discurso comercial propuesto por la FM, es una posibilidad que Guillermo Ramos miembro de AMARC desde El Salvador le endilga a la amplitud modulada.

Para Gustavo Piedra Presidente de la Cámara Nacional de Radio de Costa, y Edith Fuentes y Carlos Ramírez en Venezuela, la pluralidad del AM ha fortalecido el modelo de Democracia de sus países. Según el profesor panameño Arsenio Samaniego la radio popular es la radio AM.

El brillo y la fuerza que aportan discursos locales para el debate social en zonas particularmente rurales hacen que la AM sea muy importante en Colombia, según el profesor e investigador Andrés Rubio.

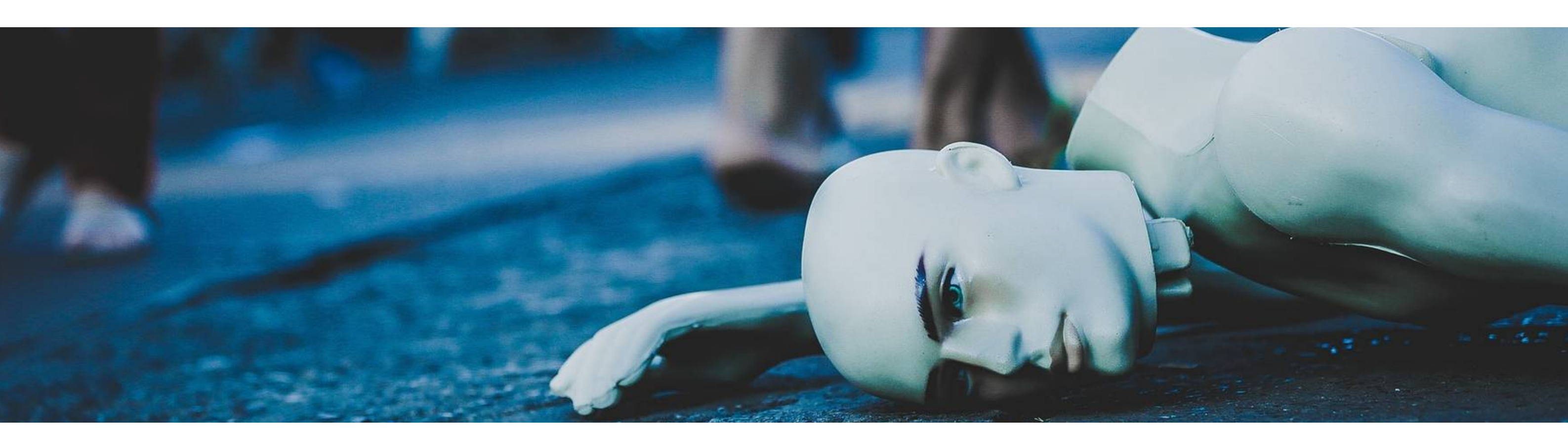
La fuerza de la AM está en la ruralidad, Juan Manuel Aguiló, docente e investigador radiofónico ecuatoriano. Carlos Castillos desde Uruguay cita como beneficio de una radio en AM el que interpreten, algunas de ellas, y principalmente en el interior del país, la vida de la comunidad.

Sostener la palabra y avivar el debate político es un beneficio que bien reporta a los argentinos las AM; Jorge Arabito, docente e investigador radiofónico.

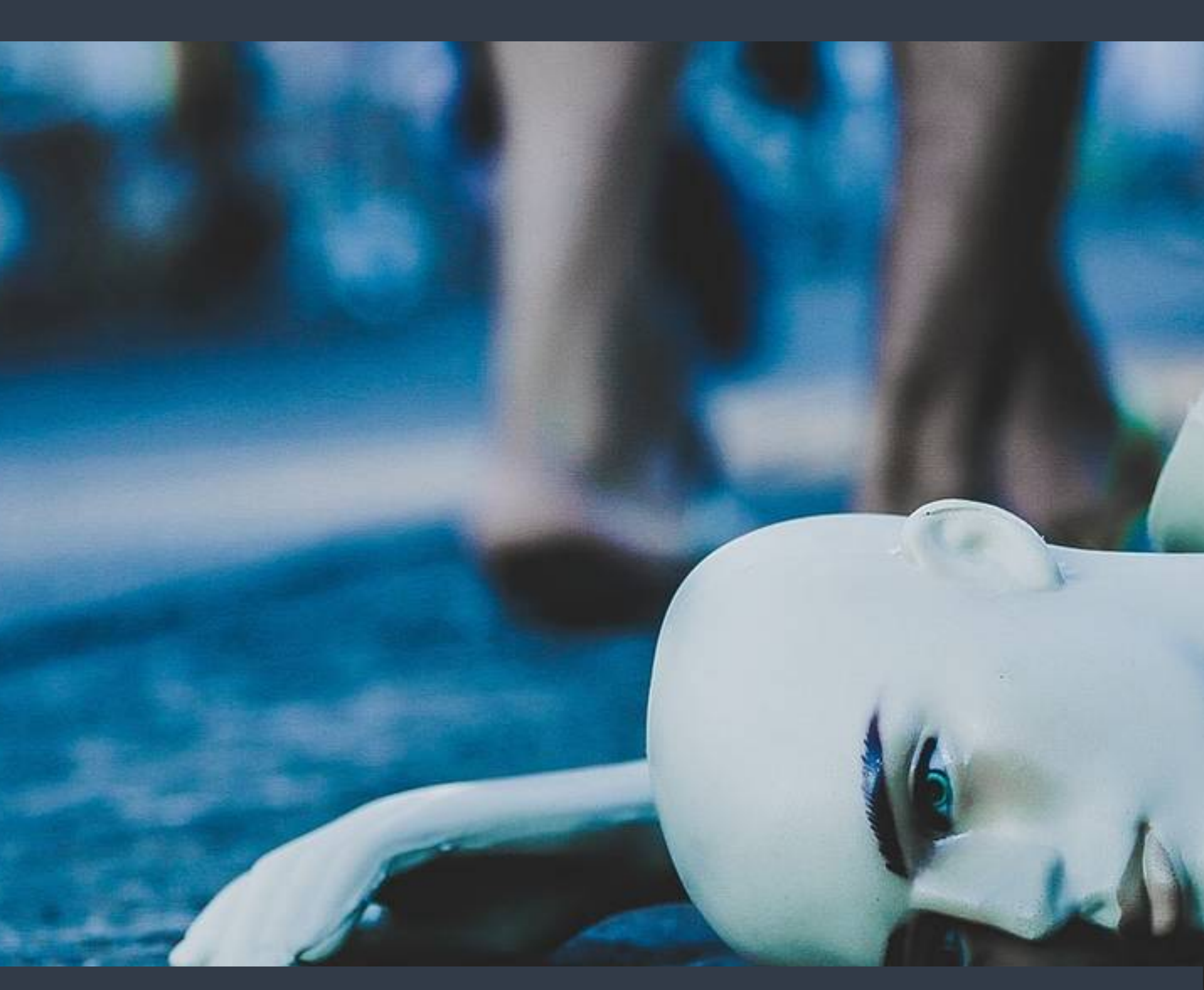
Juliana Gobbi Betti, Maestra en periodismo de Brasil, se pregunta: consecuentemente, es temprano para diagnósticos, pero podemos proponer algunos cuestionamientos para estudios futuros, como: ¿cuál será el perfil de las emisoras después de la migración?.
En Cuba la radio AM es positivamente un “apego” Fabio Bosch.

- ¿Desaparecerá la radio en AM?

El presente estudio señala una permanencia en el dial. Se evidencia si, una necesidad urgente por revisar este tipo de frecuencias para así evitar su desaparición. Digamos que la AM es una frecuencia en alerta y esta sobre avisada. Renovación pareciera ser la recomendación para continuar dentro de la oferta comunicacional y claro, se lee, para ella, una profunda transformación con el advenimiento del mundo tecnológico que “moderniza” todos los soportes de escucha. ¿Y, en relación con los contenidos, cambiarán estos para la AM, cuáles serán?



¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?



Cuadernos de radio #11

Titoballesteros@gmail.com
www.titoballesteros.blogspot.com
TitoBallesterosLópez
Marzo 22 de 2014